

UNIVERSITE DU QUEBEC

MEMOIRE PRESENTE A
L'UNIVERSITE DU QUEBEC A TROIS-RIVIERES

COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA MAITRISE EN ECONOMIE ET
GESTION DES SYSTEMES DE PETITES ET MOYENNES DIMENSIONS

PAR
HIPPOLYTE TOLLAH

LES BARRIERES A LA CREATION DE P.M.E. ET LES RESEAUX
D'AFFAIRES DES ENTREPRENEURS EN COTE D'IVOIRE:
UNE ETUDE EXPLORATOIRE

JUILLET 1989

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

RESUME

La présente étude tente de faire ressortir les variables susceptibles d'influencer la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire. Les principaux objectifs visés sont l'identification des problèmes de création de P.M.E. auxquels sont confrontés les entrepreneurs en Côte d'Ivoire, la mise en évidence de l'ampleur des réseaux d'affaires de ces entrepreneurs et l'importance de ces mêmes réseaux dans l'accessibilité des ressources pour la création d'entreprises. Les objectifs secondaires sont la reconstitution du processus de création d'entreprises des entrepreneurs rencontrés, la mise en relief de la structure du capital de ces derniers et enfin l'évaluation de la fréquence et de la taille du réseau d'affaires de l'entrepreneur. Finalement, cette étude propose des moyens pour favoriser la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire.

Pour atteindre les objectifs ci-dessus mentionnés, une enquête a été menée auprès de 16 P.M.E. ivoiriennes oeuvrant dans des secteurs aussi variés que les secteurs du meuble, de la construction, des cabinets d'études, des appareils ménagers, du papier, des produits alimentaires, des machines électroniques et de l'imprimerie.

Les résultats indiquent que, même si les entrepreneurs font face à des problèmes de localisation industrielle, de financement, de formation et de préparation à la fonction d'entrepreneur, de rareté ou d'absence de

personnel compétent, les problèmes cruciaux demeurent relatifs à l'acquisition de ressources financières auprès des banques et à l'insertion de ces entrepreneurs dans les réseaux bancaires, administratifs, commerciaux et sociaux. Ces résultats montrent la grande importance des réseaux dans l'acquisition des ressources, nécessaires à la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire. Les résultats obtenus montrent aussi l'importance du rôle des parents et des amis, dans la structure du capital de ces entrepreneurs.

En général, ces entrepreneurs ne suivent pas un processus séquentiel de création d'entreprises, ils développent et entretiennent fréquemment des réseaux d'affaires, composés d'un nombre important de membres.

Tous ces résultats nous permettent d'affirmer que, toute politique d'incitation à la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire, se doit d'intégrer toutes les facettes du problème, en mettant un accent particulier sur le financement de la création de ces unités industrielles et sur l'insertion de ces nouveaux entrepreneurs dans les réseaux d'affaires.

A la lumière des résultats obtenus, nous proposons un éventail de moyens, en vue d'aider les futurs entrepreneurs, et ainsi, de favoriser la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire.

REMERCIEMENTS

Cette recherche a pu être réalisée grâce à un encadrement soutenu, de monsieur Jean Lorrain qui agissait en qualité de directeur du projet et de monsieur André Belley qui était le co-directeur dudit projet. Leur collaboration nous a permis de demeurer constamment dans la bonne voie et de pouvoir produire ce document.

Nous tenons à remercier monsieur Yaovi Bouka qui a été le lecteur externe de cet ouvrage.

Nous ne pouvons nous empêcher de remercier le professeur Pierre-André Julien, pour ses conseils judicieux et pour son apport matériel; ses interventions ont pu nous orienter tout au long de ce travail.

Nous tenons aussi à exprimer notre gratitude au centre d'assistance et de promotion de l'entreprise nationale de la Côte d'Ivoire et à monsieur Edoua Koutoua, de la chambre d'industrie ivoirienne, pour leur précieuse collaboration. Leur assistance nous a permis d'identifier et de rencontrer des entrepreneurs ivoiriens, auprès de qui nous avons complété nos entrevues.

Finalement, nous ne saurions passer sous silence le nom de madame Julienne Marcotte, grâce à qui le travail fastidieux de secrétariat a été une réussite, ce qui a contribué grandement à la production de cet ouvrage.

La contribution de ces personnes et organismes, ne saurait les engager à quelque niveau que ce soit, de cette recherche; l'auteur de cet ouvrage demeure le seul responsable du contenu de cette étude.

TABLE DES MATIERES

	Page
RESUME	i
REMERCIEMENTS	iii
TABLE DES MATIERES	v
LISTE DES TABLEAUX	viii
LISTE DES FIGURES	ix
INTRODUCTION	1
1. PROBLEMATIQUE	3
1.1 La P.M.E. en contexte ivoirien: Importance et perspectives d'avenir pour cette catégorie d'entreprises	3
2. CADRE THEORIQUE	11
2.1 Les principales études sur la création d'entreprise	11
2.1.1 L'approche individuelle	13
2.1.2 L'approche environnementale	15
2.1.3 L'approche par le processus de création d'entreprises	17
2.1.4 L'approche organisationnelle	18
2.1.5 L'approche systémique ou intégrée	19
2.1.6 Discussion sur les différentes approches	20
2.1.7 Les recherches sur les réseaux et les méthodologies adoptées	23
2.2 Le processus entrepreneurial général	27
2.3 La création d'entreprises et ses contraintes dans les pays en voie de développement (P.V.D.)	33
2.3.1 La documentation sur la création d'entreprises dans les P.V.D.	33

2.3.2	Le processus entrepreneurial dans les P.V.D. et les cadres théoriques global et spécifique	33
2.3.3	Les barrières à la création d'entreprises dans les P.V.D.	45
2.4	Les objectifs de la recherche	53
2.5	Les intérêts de la recherche	55
2.5.1	Du point de vue théorique	55
2.5.2	Du point de vue pratique	55
3.	METHODOLOGIE	57
3.1	Le type d'étude	57
3.2	La population et l'échantillonnage (méthode, échantil- lon, cadre, unité)	58
3.3	L'instrument de recherche et le plan du question- naire	59
3.4	La procédure d'enquête	62
3.5	Le traitement et l'analyse des données	63
4.	RESULTATS DE L'ENQUETE ET DISCUSSION	64
4.1	Le propriétaire-dirigeant	64
4.2	L'entreprise	70
4.3	La création d'entreprises	75
4.4	Les difficultés des P.D. rencontrés, les sacrifices consentis par ces derniers et leur satisfaction par rapport à l'aide à la création	86
4.5	Les réseaux d'affaires et la structure du capital de P.D.	99
4.6	Suggestions pour favoriser l'augmentation des P.M.E. en Côte d'Ivoire	109
4.7	Discussion-synthèse des résultats	118
	CONCLUSION	122

ANNEXES

	Page
1. Questionnaire	130
2. Définition de concepts et des variables	143
3. Indicateurs de variables	158
4. Figure et tableaux sur les réseaux et la structure du capital	166
5. Quelques solutions pour favoriser la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire	170
BIBLIOGRAPHIE	173

LISTE DES TABLEAUX

	Page
1. Les P.M.E. par secteurs d'activité en Côte d'Ivoire	6
2. La part des P.M.E. dans l'industrie (br. 5 à 22)	7
3. La documentation sur la création d'entreprises dans les pays en développement	34
4. Les études sur les barrières à la création d'entreprises dans les P.V.D.	49
5. Tableau synthèse: problème, objectifs et intérêts	56
6. Le propriétaire-dirigeant	65
7. L'entreprise	72
8. Le processus de création d'entreprises suivi par les propriétaires-dirigeants (P.D.)	76
9. Les motifs d'acceptation ou de refus d'associés par les P.D., motifs de création d'entreprises, temps mis pour mettre sur pied l'entreprise	77
10. Les problèmes rencontrés lors de la création d'entreprises	87
11. Les sacrifices consentis par les P.D. lors de la création et leur niveau de satisfaction par rapport au support des organismes d'aide à la création d'entreprises	88
12. Niveau de satisfaction par rapport au support des organismes d'aide à la création d'entreprises	89
13. Les réseaux d'affaires des Propriétaires-dirigeants	100
14. Les rôles des membres du réseau des Propriétaires-dirigeants d'entreprises	101
15. Les améliorations à apporter à l'assistance des organismes privés et publics d'aide à la création de P.M.E. (selon les P.D.)	110

LISTE DES FIGURES

	Page
1. Cadre conceptuel global	31
2. Cadre conceptuel global adapté aux P.V.D.	42
3. Cadre conceptuel spécifique adapté aux P.V.D.	46

INTRODUCTION

Cette étude n'a pas pour but d'évaluer ou d'analyser de façon systématique l'efficacité des différentes politiques et mesures visant à promouvoir la P.M.E. ou l'initiative privée en Côte d'Ivoire, en revanche, nous axerons nos efforts sur les problèmes reliés à la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire.

Cette étude s'inscrit dans la recherche de moyens pour venir en aide aux futurs entrepreneurs et ainsi, renforcer la nouvelle orientation de gestion initiée et entretenue par l'Etat ivoirien. Cette approche vise à favoriser l'implication effective du secteur privé ivoirien; dans ce contexte, il s'agit beaucoup plus de sensibiliser les partenaires privés que d'une relève totale à faire assurer par ces derniers.

En d'autres termes, l'utilisation optimale des ressources ivoiriennes, une participation conjointe du secteur public et du secteur privé s'imposent davantage.

C'est ce constat qui est à la base de nos préoccupations dans cette étude; ainsi, nous nous interrogeons sur les moyens à prendre pour augmenter les créations de P.M.E. ivoiriennes. Pour cela, nous tenterons d'identifier les facteurs qui affectent la création de P.M.E. dans ce pays.

Pour mieux cerner ces facteurs, nous envisageons de les appréhender par le biais des obstacles rencontrés par les entrepreneurs lors de la réalisation de leurs projets. A l'issue de cette étude, nous devrions être capables de préconiser des avenues possibles en termes d'encouragement ou d'incitation à la création d'entreprises.

Nous prévoyons aussi nous familiariser avec les réseaux d'affaires des entrepreneurs interviewés; pour un "premier contact" avec cette réalité, nous nous contenterons seulement d'estimer la fréquence, la taille de ces réseaux et l'accessibilité des ressources par la fréquence et/ou la taille des réseaux constitués par des entrepreneurs.

CHAPITRE I

PROBLEMATIQUE

1.1 La P.M.E. en contexte ivoirien: Importance et perspectives d'avenir pour cette catégorie d'entreprises

La définition de la P.M.E. n'étant pas encore l'objet d'une unanimité, nous nous contenterons pour les besoins de notre étude et pour des raisons de commodité, de délimiter les contours de la P.M.E. par le biais du nombre d'employés (50 employés ou moins), les autres facteurs étant considérés comme non-discriminants.

De façon générale, la typologie adoptée pour la catégorisation des entreprises ivoiriennes s'articule autour de deux axes: il y a ce qu'il est convenu d'appeler le secteur moderne c'est un secteur dans lequel, les chefs d'entreprises sont qualifiés, où se fait une accumulation du capital, il existe un système de gestion administrative clairement établi et le secteur, dit non-structuré qui est l'ensemble des activités industrielles et commerciales et de services qui ne sont pas saisies dans les cadres classiques de la statistique et de la comptabilité nationale, autrement que par sondage, recoupement d'enquêtes diverses et études comparatives.

Le secteur moderne comprend les grandes entreprises et les P.M.E. modernes, le secteur non-structuré comprend l'artisanat de transition, ce sont des activités industrielles et commerciales et de services comptant 1 à 15 salariées, dégagent des bénéfices qui servent l'achat de nouveaux moyens de production ou à augmenter la main-d'oeuvre employée, ces activités sont potentiellement modernisables la branche informelle localisée et la branche informelle non localisée, ce secteur informel ou secteur de subsistance est composé de petites activités sédentaires ou itinérantes. (voir annexe 3 pour les définitions et les caractéristiques de ces secteurs).

En 1980, le nombre d'entreprises et le nombre d'emplois dans les secteurs industriels du bâtiment, des transports, des services et du commerce se ventilaient comme suit (ministère de l'Industrie - Côte d'Ivoire, 1985):

Secteur moderne:

- grandes entreprises: environ 500 entreprises -
160,000 emplois
- P.M.E.: 1,500 entreprises -
22,000 emplois

Secteur non-structuré:

- artisanat de transition: 10,000 entreprise et plus -
100,000 emplois minimum
- secteur informel localisé: 30 à 50,000 établissements -
330,000 emplois environ
- secteur informel non localisé

Si l'on ajoute les 130,000 emplois estimés pour la même année dans le milieu rural pour les activités artisanales et informelles, c'est environ 560,000 emplois que le secteur non structuré regroupait en 1980 et 580,000 en y ajoutant les effectifs des P.M.E.

Pour mieux saisir l'importance de la P.M.E. en Côte d'Ivoire, nous allons utiliser les indicateurs suivants: le nombre de P.M.E., le nombre d'emplois créés par les P.M.E., les impôts et taxes, les chiffres d'affaires, la valeur ajoutée, le capital total et le bénéfice (voir tableaux 1 et 2).

Tableau 1
Les P.M.E. par secteur d'activité en 1980

Sect. activités	Nombre total d'entr.	Nombre de PME	% du total PME	Effectif total	Effectif des PME	Eff. PME % du secteur
Secteur primaire (br. 1 à 4)	142	59	3,8	17 549	1 403	8 %
Industrie (br. 5 à 22)	465	263	17,1	96 460	5 541	5,7 %
Bâtiment T.P. (br. 23)	230	125	8,1	34 635	2 227	6,4 %
Transports et communications (br. 24)	131	88	5,7	34 534	1 698	4,9 %
Services (br. 25 et 26)	399	366	23,8	12 297	3 947	32,1 %
Commerce (br. 27)	758	635	41,3	24 977	7 266	29,1 %
Total	2 125	1 536	100	220 452	22 082	10,1 %

br.: branche d'activité

Source 1: Politique de promotion de l'artisanat et de la petite et moyenne entreprise, Août 1985, ministère de l'Industrie de la Côte d'Ivoire, p. 18

Tableau 2
Part des P.M.E. dans l'industrie (branches 05 à 22)
Principales variables

Variables	Total (1)	Gr. des entreprises	PME
Effectifs totaux	96 230	94,24 %	5,76 %
Capital total	256 104	98,3 %	1,7 %
dont capital privé	77 757	94,6 %	5,4 %
Actifs immobilisés	762 295	98,7 %	1,3 %
Valeur ajoutée	252 483	93,9 %	6,1 %
(Valeur ajoutée/ effectif)			
milliers de F.	(2 624)	(2 615)	(2 770)
Chiffre d'affaires	802 120	94,6 %	5,4 %
Impôts et taxes	53 427	93,96 %	6,04 %
Impôts/chiffres d'affaires (en %)	6,66 %	6,6 %	7,4 %
Capital total non compris br. 10			
(Autres ind. aliment.)	140 314	97,1 %	2,9 %

(1) En millions de Francs CFA (M. de F)

Diviser par 250 pour obtenir l'équivalent en dollars canadiens

Tableau 2 (suite)

Variables	Total (1)	Gr. des entreprises	PME
Bénéfices (sauf branche 10) (autres ind. et aliment)	16 005	88,1 %	11,9 %

Source 1: En millions de Francs CFA (M. de F)

Diviser par 250 pour obtenir l'équivalent en dollars canadiens

Source 2: Politique de promotion de l'artisanat et de la petite et moyenne entreprise, Août 1985, ministère de l'Industrie de la Côte d'Ivoire, p. 20

Même si le nombre des P.M.E. (1 536) et leur effectif total (l'emploi total créé 22 082) ne sont pas significatifs, par rapport au nombre et à l'effectif de l'ensemble des entreprises qui sont respectivement de 12 125 et de 220 452, il n'en demeure pas moins que la P.M.E. joue un rôle important qui ne saurait passer inaperçu.

Malgré cette faiblesse de la P.M.E. ivoirienne, sa participation à la création de richesses est proportionnellement supérieure (6,1 % de la valeur ajoutée totale). Les P.M.E. paient 6 % des impôts et réalisent près de 12 % des bénéfices. L'importance de ces chiffres justifie à elle seule l'intérêt de la prise en compte de la P.M.E. dans la stratégie générale de développement de la Côte d'Ivoire.

Les P.M.E. ivoiriennes, en plus de jouer présentement un rôle important, ont une place de choix pour l'avenir de la Côte d'Ivoire.

En effet, ces entreprises, avec leurs effets créateurs d'emplois, multiplicateurs et distributeurs de revenus, valorisateurs de ressources locales, catalyseurs de développement régional et aussi, avec leurs facultés d'innovation et d'adaptation aux marchés, conjugués avec leurs faibles exigences en capitaux, en ressources humaines, en technologies à utiliser, font d'elles un outil adéquat de développement.

Les perspectives d'avenir de la P.M.E. en Côte d'Ivoire sont bonnes, elles se font sentir déjà dans les décennies 80, cela le sera encore davantage dans les années 2000 si la tendance se maintient.

Tous ces arguments devraient sensibiliser les autorités et la société ivoirienne, sur l'importance de la transition d'une économie de croissance, à une société de promotion individuelle et collective, favorisant ainsi la création de plusieurs petites et moyennes entreprises.

CHAPITRE II

CADRE THEORIQUE

Ce chapitre vise à faire ressortir les fondements théoriques de notre étude, les objectifs et les intérêts de la recherche.

2.1 Les principales études sur la création d'entreprises

Le phénomène de la création d'entreprises est l'aboutissement d'un processus de décision complexe, à plusieurs points de vue: la création d'entreprises est le fait de l'existence et de l'interaction de plusieurs facteurs. Le phénomène étudié subit l'influence effective des facteurs tant organisationnels, individuels, qu'environnementaux (Ronstadt, 1985, 1983; Gartner, 1985; Shapero, 1984). Ces facteurs ne sont pas tous identifiables et contrôlables, cet état de choses exige du chercheur une prudence qui tienne compte, à la fois de l'intuitif et du rationnel, s'il veut comprendre son objet d'étude.

Essentiellement, l'ensemble des études sur le comportement de création d'entreprises met l'emphasis sur le développement de modèles conceptuels de la décision de création et sur la vérification empirique de certaines hypothèses sur le comportement et l'attitude relatifs à la décision de créer une entreprise. (Shapero, 1984; Brockhaus et Nord, 1979; Bruno et Tyebjee, 1982; Gartner, 1985).

Par ailleurs, on peut avancer que le principe implicite de base de ces études est le suivant: la création d'entreprises est une fonction "directe" d'un ensemble de variables susceptibles d'influencer la décision de l'entrepreneur potentiel, ou alors, est une relation intégrant des facteurs contingents comme " le type d'entreprises ou d'industries, etc".

Un nombre imposant de chercheurs (de tous les coins du monde) se sont intéressés au phénomène de création d'entreprises; à des degrés divers, ils n'ont pas abordé ce sujet sous les mêmes angles. Plusieurs chercheurs se sont contentés de faire ressortir les caractéristiques psychologiques et personnelles de l'entrepreneur, tandis que certains ont mis l'accent sur les pratiques managériales de l'entrepreneur et aussi, sur les éléments concrets et visibles qui peuvent constituer une entrave ou une source de stimulation pour le futur entrepreneur.

Ces points constituent respectivement les limites inférieures et supérieures de la documentation sur le sujet traité. Il n'en demeure pas moins que d'autres aspects ont retenu l'attention de tous ces chercheurs quoi qu'ils représentent à nos yeux des détails peu importants par rapport aux objectifs que nous visons.

De façon générale, on peut dire donc que la littérature sur le phénomène de la création d'entreprises est axée sur quatre points: le processus de création d'entreprises, les spécificités des entreprises créées, l'environnement dans lequel baigne le phénomène étudié et les caractéristiques des créateurs eux-mêmes.

Pour les besoins de notre réflexion, nous retiendrons certaines études qui constituent l'essentiel de notre revue de la documentation et qui sont représentatives par rapport à l'ensemble des recherches faites sur la création d'entreprises. Nous allons d'abord établir une nomenclature des éléments qui composent les différents facteurs contenus dans le modèle théorique sur la création d'entreprises, ensuite, nous ferons ressortir ces facteurs, intégrés dans des approches qui tentent d'expliquer selon plusieurs auteurs, l'influence de ces facteurs sur la création d'entreprises.

Cela nous permettra de voir comment différents auteurs interviennent dans chaque approche et les relations que nous pouvons établir entre leurs visions respectives des mêmes réalités. De même que l'influence de ces facteurs sur la création d'entreprises.

Par ailleurs, nous avons aussi l'intention de nous familiariser avec les réseaux d'affaires des entrepreneurs à rencontrer, nous comptons nous intéresser particulièrement à la taille de ces réseaux. Le chapitre sur les réseaux constitue notre préoccupation secondaire.

2.1.1 L'approche par les individus

Nous ne pouvons pas avancer qu'elle est la plus ancienne, mais nous pouvons sans aucun doute dire qu'elle a déjà fait ses preuves, elle a un long passé derrière elle; cela ne signifie nullement qu'elle est plus efficace que les autres méthodes, elle constitue tout simplement une façon bien établie de voir les choses.

C'est un modèle qui explique la création d'entreprises ou la décision de se lancer en affaires, par des dimensions de l'individu lui-même, dont entre autres, l'éducation, les caractéristiques génétiques, le courage, la créativité, l'autonomie, la propension à prendre des risques, la persévérance, la famille, le réalisme, la tolérance à l'ambiguïté, le déplacement personnel, la "marginalité individuelle".

Il s'agit ici de comprendre la création d'entreprises à partir des caractéristiques psychologiques de l'individu; plusieurs chercheurs (Brockhaus, 1980, 1982, 1979; McClelland, 1961; Mill, 1848; Schumpeter, 1934; Shapero, 1975; Winter, 1973, 1969) ont toujours défendu cette position, même s'ils ne s'entendent pas nécessairement sur l'impact des différentes variables impliquées dans ce type de cadre conceptuel et aussi, sur leur intensité respective.

Dans cet ordre d'idées, Shapero et Sokol (1982) sont d'accord pour dire qu'autant les discontinuités positives que négatives précipitent la création d'entreprises. Selon eux, les déplacements négatifs sont ceux qui poussent le plus l'individu à créer une organisation. C'est un point de vue qui ne semble pas évident pour Peterson (1978), celui-ci fait intervenir un facteur contingent (potentiel entrepreneurial) entre la création d'entreprises et les variables indépendantes, ce facteur jouant le rôle de filtre ou de variable intervenante. Par ailleurs, Ettinger (1982) soutient que des besoins d'ordre financier chez l'entrepreneur peuvent le pousser à se lancer en affaires; par opposition

à Liles (1974) qui adopte une position nuancée, pour ce dernier, certains individus se sont lancés en affaires pour des considérations financières, d'autres, pour des raisons d'indépendance et d'autonomie. Selon Liles, le prérequis fondamental est le besoin d'accomplissement de soi.

Le besoin de réalisation de soi (Mc Clelland, 1961; Liles, 1974; Hornaday et Aboud, 1971) et la créativité ou l'innovation (Drucker, 1974 et 1985; Olson, 1985; Schumpeter, 1934) sont les traits qui semblent caractériser les entrepreneurs et jouer par la même occasion, un rôle important dans la décision de créer une organisation. Les caractéristiques personnelles, le profil psychologique et les expériences antérieures de travail (Brockhaus, 1980 b, 1982, 1979) sont les éléments susceptibles d'expliquer la naissance d'une entreprise. A ces éléments, se sont ajoutés d'autres facteurs comme l'environnement social, familial, scolaire, la disponibilité des ressources, etc... (Gasse, 1985; Shapero 1975; Ettinger, 1982; Liles, 1974; Gibb et Ritchie, 1982).

2.1.2 L'approche par l'environnement

Cette approche explique la décision de se lancer en affaires, par des dimensions environnementales, c'est-à-dire: les discontinuités culturelles, politiques, économiques, les cycles de vie de l'industrie, les institutions, les valeurs sociales, les discontinuités raciales, religieuses, sexuelles, professionnelles, etc.

L'essentiel de la littérature sur le facteur environnement recouvre deux facettes composées de déplacements positifs et négatifs, dans un cas comme dans l'autre, il en résulte la création d'une organisation.

L'environnement est à l'origine de l'acte entrepreneurial, il ne constitue pas un facteur superflu (Paquet, 1986), bien au contraire, il demeure une nécessité pour l'entrepreneur.

Pour March (1985), les contraintes et les opportunités environnementales jouent un rôle fondamental dans le déclenchement du processus entrepreneurial et de la création d'entreprises. Quant à Bruno et Tyebjee (1982), en plus de partager l'avis des partisans de l'approche "environnement", ils énumèrent un certain nombre de facteurs susceptibles d'influencer la tendance à entreprendre, c'est-à-dire: la disponibilité qualitative et quantitative des ressources humaines, physiques et financières, contacts dans le marché local, existence d'incubateurs industriels, politiques gouvernementales favorables à la création d'entreprises, etc.

Par ailleurs, Gilad et Levine (1986), Peterson (1978), Shapero (1975), Shapero et Sokol (1982), sont tous d'avis que les environnements, immédiats (famille, travail) et lointains (national et international) ont un impact certain sur l'entrepreneurship.

2.1.3 L'approche par le processus de création d'entreprises

C'est une approche qui est rarement prise en compte dans la conception des modèles théoriques; en effet, les différentes articulations du processus de création peuvent empêcher ou favoriser différemment la réalisation d'un projet d'organisation.

Selon que le futur entrepreneur ait identifié ou non une opportunité d'affaires, qu'il soit ou non à la recherche de ressources financières, naturelles et humaines, qu'il soit ou non à l'étape d'une étude de marché, cela affecte à des degrés divers la mise sur pied de l'entreprise ou de l'organisation.

Même si les étapes à suivre pour créer une entreprise ne font pas l'objet d'une unanimité, la plupart des auteurs (Schumpeter, 1934; Vesper, 1981; Cole, 1965) s'entendent pour dire que l'action de créer passe par une idée de produit ou de service, une idée de marché potentiel anticipé, recherche de ressources, fonctionnement et développement de la nouvelle entreprise.

Il existe tout un ensemble de règles de jeu (Richard et Arocéna, 1983; Paquet 1986), un apprentissage social avec lesquels, l'entrepreneur potentiel devra composer s'il veut venir à bout du processus complexe qu'est la création d'entreprises.

Dans le même ordre d'idées, si le futur entrepreneur veut réaliser son projet, il doit être un participant actif, (Ettinger, 1982; Liles, 1974; Vesper, 1981; Paquet, 1986) c'est-à-dire générer ou favoriser des opportunités et non se contenter seulement de les identifier.

2.1.4 L'approche par l'organisation

Sans doute, par souci de généralisation des résultats, plusieurs chercheurs ne tiennent pas souvent compte du type d'entreprises et des caractéristiques des entreprises étudiées (organisation de biens ou de services, type d'industries, type de produits ou de services, entreprises avec ou sans associé, avec ou sans franchise, etc.).

Nul ne peut nier l'effet de ces facteurs sur le processus de création d'une entreprise, même si ces facteurs ne sont qu'une partie des éléments qui façonnent la création.

Malgré le peu d'intérêt porté à l'approche par l'organisation, certains auteurs (Gartner, 1985; Drucker, 1985; Longenecker et Schoen, 1985; Cooper, 1975), même si tous n'ont pas tenu compte de cet élément dans leurs études respectives, ils ont tout au moins prôné la prise en considération du type de firme et d'industrie, de la taille de l'entreprise, du caractère entrepreneurial ou non-entrepreneurial de la firme.

2.1.5 L'approche globalisante ou intégrée

C'est une approche qui, à toutes fins pratiques, prend en compte l'ensemble des variables indépendantes; car selon les adeptes de cette théorie, elle permet de cerner adéquatement le processus de la création d'entreprises.

Comme plusieurs auteurs, Arocēna et Richard (1983) ont mis beaucoup d'emphasis sur l'environnement dans l'identification de leurs facteurs; mais il n'en demeure pas moins qu'au bout du compte, ces auteurs ont reconnu l'importance de l'approche intégrée.

En revanche, certains auteurs ont axé leurs efforts sur la recherche d'une image cohérente de la réalité entrepreneuriale à partir de l'appréhension des quatre principaux facteurs (environnement, individu, organisation, processus de création) sous-jacents au phénomène de création d'entreprises: Ronstadt (1985), intégration des trois écoles de pensée (de l'entreprise, de l'individu et de l'environnement); Elizabeth Chell (1985), fusion des modèles psychodynamiques, de développement social et des traits; Miller (1981), cette dernière préconise une approche qui considère l'ensemble des quatre facteurs comme une entité distincte; Gartner (1985), celui-ci est l'un des rares chercheurs à avoir prôné la prise en compte des combinaisons totales et/ou partielles dans l'étude de la création d'entreprises. Cette approche multidimensionnelle permet de saisir toutes les interactions entre les caractéristiques environnementales, les caractéristiques individuelles, les caractéristiques de l'entreprise et les comportements de démarrage.

2.1.6 Discussions sur les différentes approches

Dans cette partie, il est question pour nous de faire ressortir les limites et les portées de la documentation utilisée, il s'agit essentiellement des frontières théoriques, analytiques et méthodologiques.

En parcourant les divers documents qui traitent de l'entrepreneur et de la création d'entreprises, on s'aperçoit très clairement que les auteurs ne s'entendent pas sur la définition de l'entrepreneur. De façon générale, ils se contentent de définir l'entrepreneur par ses caractéristiques et/ou par ses fonctions sociales, économiques, administratives, etc.

Les études sur le phénomène de la création d'entreprises sont pour la plupart exploratoires ou empiriques; évidemment, ces recherches exploratoires sont basées sur les écrits antérieurs et soulèvent des hypothèses qui ne font pas l'objet d'une vérification sur le terrain. Cet état de choses nous éloigne davantage de la réalité quotidienne.

Par ailleurs, les études empiriques ont été faites auprès d'entreprises et d'entrepreneurs à "succès" car, ceux-ci ont été choisis parmi les entreprises et les entrepreneurs existants (Mancuso, 1975), ceci biaise du même coup les conclusions des recherches.

Ces études sont difficiles à généraliser parce qu'elles impliquent des groupes de personnes spécifiques, des méthodologies particulières et des objectifs et orientations particuliers (Ronstadt, 1985).

La situation est encore plus complexe dans le cas des P.M.E.; leur processus de gestion étant ad hoc, donc contingent il demeure très difficile, sinon impossible de généraliser, alors il peut se poser un problème de validité externe.

Ces recherches ont longtemps eu tendance à identifier les entrepreneurs par opposition à ceux qui ne le sont pas (non-entrepreneurs), et par la suite, dresser une typologie des entrepreneurs. Ces études, lorsqu'elles considèrent plus d'une variable explicative, elles n'intègrent pas simultanément ces variables. Elles ne font pas de liens entre elles, entre les circonstances de recherche, de types de firmes, d'échantillons, d'entrepreneurs, d'environnement, etc... (Gartner, 1985).

En revanche, quelques-uns se sont intéressés à ce que font les entrepreneurs (Drucker, 1985; Schumpeter, 1961), mais se sont contentés de s'éterniser sur l'innovation. Selon Gartner (1985), Drucker ne fait pas ressortir la nette démarcation entre l'innovation et l'entrepreneurship, son document traite de généralités sans mettre l'accent sur les étapes pratiques et précises de l'action entrepreneuriale.

Quoique plusieurs études aient été faites sur l'influence relative de différents facteurs sociaux, économiques et culturels, c'est-à-dire des facteurs incontrôlables influençant la décision de créer une nouvelle entreprise, il y a un manque de recherche systématique sur l'impact relatif de nombreux facteurs contrôlables, sur l'identification de l'opportunité en particulier et la décision de créer, en général.

La perspective entrepreneuriale est envisagée par la plupart des chercheurs sous l'angle des activités commerciales et industrielles (Paquet, 1986), c'est une approche qui est très limitative qui ne saurait rendre compte de toute la réalité étudiée.

Les auteurs étudiés ont malgré tout beaucoup de mérite, pour la simple raison que leur tâche est ardue à plusieurs points de vue: il n'est pas facile de dégager une relation de causalité entre la création d'entreprises et les facteurs souvent évoqués, car la création d'une entreprise n'est pas nécessairement le fait de la somme de tous ces facteurs dans la littérature.

L'essentiel des observations sur cette littérature sont les suivantes:

- le consensus sur les caractéristiques de l'entrepreneur et les déterminants de l'entrepreneurship, entre les auteurs ne semble pas évident .
- on parle de l'entrepreneur sans établir des relations entre les caractéristiques de ce dernier et la nature de l'entreprise, sa taille, le secteur, il s'agit de tous les facteurs liés aux caractéristiques de l'entreprise qui peuvent avoir une corrélation avec les traits de personnalité de l'entrepreneur, de même que, l'environnement;
- les recherches sur les caractéristiques des entrepreneurs sont fondamentalement basées sur les entrepreneurs à succès et non sur ceux à échec ou les deux de façon générale;

- la plupart des études sont faites "ex-post facto" c'est-à-dire après le démarrage de l'entreprise; il serait intéressant d'effectuer des études longitudinales qui engloberaient l'individu avant, pendant et après la création d'entreprises, c'est-à-dire en amont et en aval.

Après l'analyse de la documentation, nous nous apercevons que la création d'entreprises est influencée par quatre grands groupes de facteurs: l'environnement général, les agents économiques eux-mêmes, l'entreprise et le processus de création d'entreprises. Notre modèle global a trouvé sa source d'inspiration à la fois dans la littérature en général et dans l'approche globalisante en particulier (Gartner, 1985; Ronstadt, 1985, etc.). La création d'une entreprise est conditionnée par les caractéristiques de l'environnement, de l'entrepreneur, des étapes de création, de l'entreprise et des discontinuités. La validation sociale permet à l'entrepreneur de s'ajuster aux changements environnementaux. Dans ce modèle, la création d'entreprises représente la variable dépendante et les quatre variables ci-dessus, représentent les variables indépendantes ou explicatives, tous ces éléments sont consignés dans la figure 1.

2.1.7 Recherches sur les réseaux et les méthodologies adoptées

La plupart des chercheurs qui se sont penchés sur le phénomène des réseaux ont mis l'emphasis sur la connaissance théorique de leur objet d'étude. Ils ont pour la plupart concentré leurs efforts sur: la définition du concept de réseau, l'importance du réseau pour l'entrepreneur et pour la communauté, le rôle des réseaux pour différents

types d'entrepreneurs, de firmes et de contextes, les caractéristiques des réseaux, l'utilisation stratégique des réseaux, le rapport dépendance/indépendance de l'entrepreneur par rapport à ces réseaux.

Par ailleurs, il ressort aussi de toutes ces études (Johannisson et Peterson, 1984; Granovetter, 1973; Boissevain, 1974; Weick 1976) un manque d'intérêt pour l'investigation des réseaux dans le processus de création d'entreprises. Ces auteurs se sont contentés d'explorer le phénomène après la création de l'entreprise (croissance, développement, stratégie).

Leur approche demeure très théorique, à l'exception de Johannisson (1983 et 1984) et de Arocena et Richard (1983); dans le cas du premier auteur, il a réalisé une étude empirique dans quatre régions suédoises. Son étude portait sur les relations entre les succès ou les échecs des communautés étudiées et les réseaux développés par les entrepreneurs de ces communautés, ces réseaux étant mesurés par l'identification de l'entrepreneur à sa communauté, le nombre de lieux de conception des réseaux, la moyenne des liens entre les intervenants du milieu, la moyenne des informations échangées entre des régions, des associations nationales sur une certaine période, etc.

Les études de Johannisson, en plus d'être axées uniquement sur des régions, des communautés, ne nous fournissent aucune information sur l'approche utilisée pour "observer" les réseaux de l'entrepreneur et leur rôle dans la création de son entreprise.

Richard et Arocéna (1983) ont étudié le phénomène, autant de façon théorique, que de façon pratique. Ils se sont penchés particulièrement sur l'examen des réseaux de l'entrepreneur dans le processus de création d'entreprises. Ils ont pu interviewer 300 créateurs d'entreprises et 100 organismes impliqués dans la création d'entreprises.

La méthodologie adoptée par Richard et Arocéna (1983) est très systématique; ils ont procédé par des interviews biographiques des entrepreneurs, mettant l'accent sur l'histoire individuelle et sociale de l'entrepreneur.

Cette étape comprend des questions sur le pôle personnel qui est composé de l'origine, l'enracinement culturel, les divers lieux de vie "personnelle, familiale, professionnelle", les diverses motivations "réalisation de soi, recherche d'indépendance, de revenus élevés, etc.", sur le pôle relationnel qui est composé du niveau familial: conjoint, enfants, famille - du niveau professionnel: collègues, supérieurs, employés - du milieu social: réseaux de connaissances, amis, associations, institutions, entreprises commerciales, politiques.

Il s'agit ici, pour l'interviewer de recueillir des données en optant pour un récit de création fait par les créateurs eux-mêmes, cette façon de procéder permet de saisir les trajectoires suivies pour créer, les actions menées et les relations avec des membres de la famille, des amis, des connaissances ou toute personne physique ou morale impliquée dans la création de l'entreprise.

Pour redoubler et prolonger cette approche, Richard et Arocéna (1983) utilisent aussi l'approche des symptômes de la rentrée du créateur dans les réseaux ou dans le corps social. Pour mesurer ces symptômes, ils proposent un examen des problèmes rencontrés lors de la création; problèmes de financement (réseau bancaire et organisme d'aide), problèmes administratifs (réseau administratif, complexité des démarches) et problèmes commerciaux (réseau commercial, contacts plus ou moins solides et fiables). C'est une approche qui ne garantit pas l'exhaustivité, car les réseaux sont très complexes et dans certains cas, demeurent confidentiels.

Dans le même ordre d'idées, des auteurs comme Burt, Minor (1983), Knoke et Kuklinski (1986), se sont intéressés aux réseaux sous un angle à la fois théorique et pratique, ils proposent des approches qualitatives et quantitatives pour l'étude des réseaux.

Mais, à l'instar des chercheurs précédents, ils se sont penchés essentiellement sur des études multidimensionnelles entre différents groupes professionnels, sociaux, culturels, économiques.

Ils ont observé et analysé les interactions entre ces différents groupes de personnes et leurs impacts sur tel ou tel phénomène (ex.: l'impact de la tendance religieuse sur l'orientation politique).

Ces auteurs n'ont pas réalisé d'études "égocentriques", impliquant un entrepreneur et des individus constituant son réseau d'affaires et faisant ressortir les interrelations entre l'entrepreneur, son réseau et la création d'entreprises.

Mais malgré tout, il n'en demeure pas moins que la méthodologie adoptée par ces auteurs est compatible avec notre préoccupation dans cette recherche. En effet, ils proposent un ensemble de questions qui permettent l'évaluation ou l'estimation de la taille, de la fréquence et la densité des réseaux d'un entrepreneur. Malgré la volonté de ces auteurs de vouloir nous informer sur les réseaux, nous demeurons sur notre appétit pour ce qui est de la structure et du fonctionnement des réseaux d'affaires et leurs interrelations avec la création d'entreprises.

2.2 Le processus entrepreneurial général

Il s'agit de comprendre comment se développe le processus par lequel passe l'entrepreneur pour concrétiser son action entrepreneuriale. Nous mettrons l'emphasis sur les interactions entre tous les éléments concourant à l'avènement de l'activité entrepreneuriale et sur leur importance relative dans le processus.

Le processus entrepreneurial se réalise à travers des facteurs reliés à l'individu, ce sont des facteurs psychologiques et aussi à travers des facteurs environnementaux. Ces facteurs ne sont pas propres à l'entrepreneur et ne se retrouvent pas tous, avec la même intensité chez ce dernier ou chez d'autres individus. L'entrepreneur n'est pas la somme de ces facteurs, son émergence demeure à bien des égards le fait d'une dynamique complexe relative à l'individu lui-même, à la perception et à l'intégration de son environnement, à son environnement réel, aux différents besoins chez l'individu, aux autres traits de sa personnalité, à l'identification d'opportunités, au climat socio-économique, à l'interprétation de l'environnement, aux risques perçus, aux bénéfices anticipés. La création d'une entreprise ou d'une organisation est le résultat de l'évaluation des opportunités par rapport aux contraintes.

Le succès de l'entrepreneur est aussi le fait de l'action des autres agents économiques immédiats et lointains; son rôle s'inscrit dans le cadre plus global de la collectivité une entité distincte contribuant au développement socio-économique d'une société.

Le processus entrepreneurial souvent décrit dans la littérature est une tentative de reproduction de la réalité "entrepreneuriale". Les différents modèles théoriques nous permettent de comprendre le cheminement de l'individu-entrepreneur, les interactions entre lui et son environnement, ses motivations.

Malgré tous ces efforts, force est de constater que cet objet d'étude est difficile à appréhender et à analyser de façon exhaustive. Donc, ce n'est qu'à partir d'une dynamique résultant de l'interaction entre les facteurs individuels et les facteurs environnementaux que nous pourrions expliquer et décrire le processus entrepreneurial. Mais malgré tout, il demeure difficile d'évaluer la part relative de ces facteurs dans l'action d'entreprendre proprement dite.

Le processus entrepreneurial commence avec l'influence des caractéristiques de la personnalité: réalisation de soi, confiance en soi...; ces caractéristiques, selon plusieurs autres (Mc Clelland, 1961; Maslow, 1943; Herzberg, 1959; Vroom, 1964) sont à l'origine de la motivation chez l'humain.

Cette explication est nécessaire mais demeure à plusieurs points de vue insuffisante; le degré d'internalité chez un individu est obligatoirement façonné par ses expériences personnelles et professionnelles. Dans ce sens, sa tendance à vouloir créer ou innover est une fonction directe de sa perception du rapport des opportunités et des contraintes. C'est de cette façon que l'individu évalue sa capacité réelle à créer.

Il faut dire que ce premier niveau d'évaluation n'est pas suffisant pour "pousser" l'individu à agir. Des discontinuités positives ou négatives (Shapero 1974) d'une certaine intensité devraient pouvoir l'inciter à mettre à exécution son projet qui est jusqu'à ce stade "mental". Ces discontinuités, malgré leurs natures différentes convergent sur un seul point: mettre sur pied une organisation. (voir figure 1).

Comme le fait remarquer Jean-Bernard Carrière (1987),

"Avant de prendre la décision de réaliser un projet, l'individu interprète toute la dynamique qui s'opère au niveau de son environnement (selon les tendances des éléments qu'il juge pertinents: climat social, économique, politique, technologique, etc.), cette interprétation sera la mesure de sa décision d'entreprendre ou non.

Si le résultat de cette analyse est négatif ou n'est pas concluant, l'individu peut demeurer en état d'insatisfaction ou recourir à une autre alternative tel un changement d'emploi.

Si au contraire, il y a convergence des événements déclencheurs, l'individu procède à une évaluation personnelle des risques financiers, professionnels et personnels qui seraient encourus par son action. Si le niveau de risque d'ensemble est perçu comme tolérable, l'individu est alors en mesure d'amorcer son action innovatrice dans son environnement, ce qui en fait un événement innovateur qui fait alors partie intégrante de cet environnement. Ce peut être la formation d'une nouvelle entreprise ou encore d'un projet."

J.B. Carrière "Un modèle du processus entrepreneurial" Notes de cours automne 1987, p. 4-5

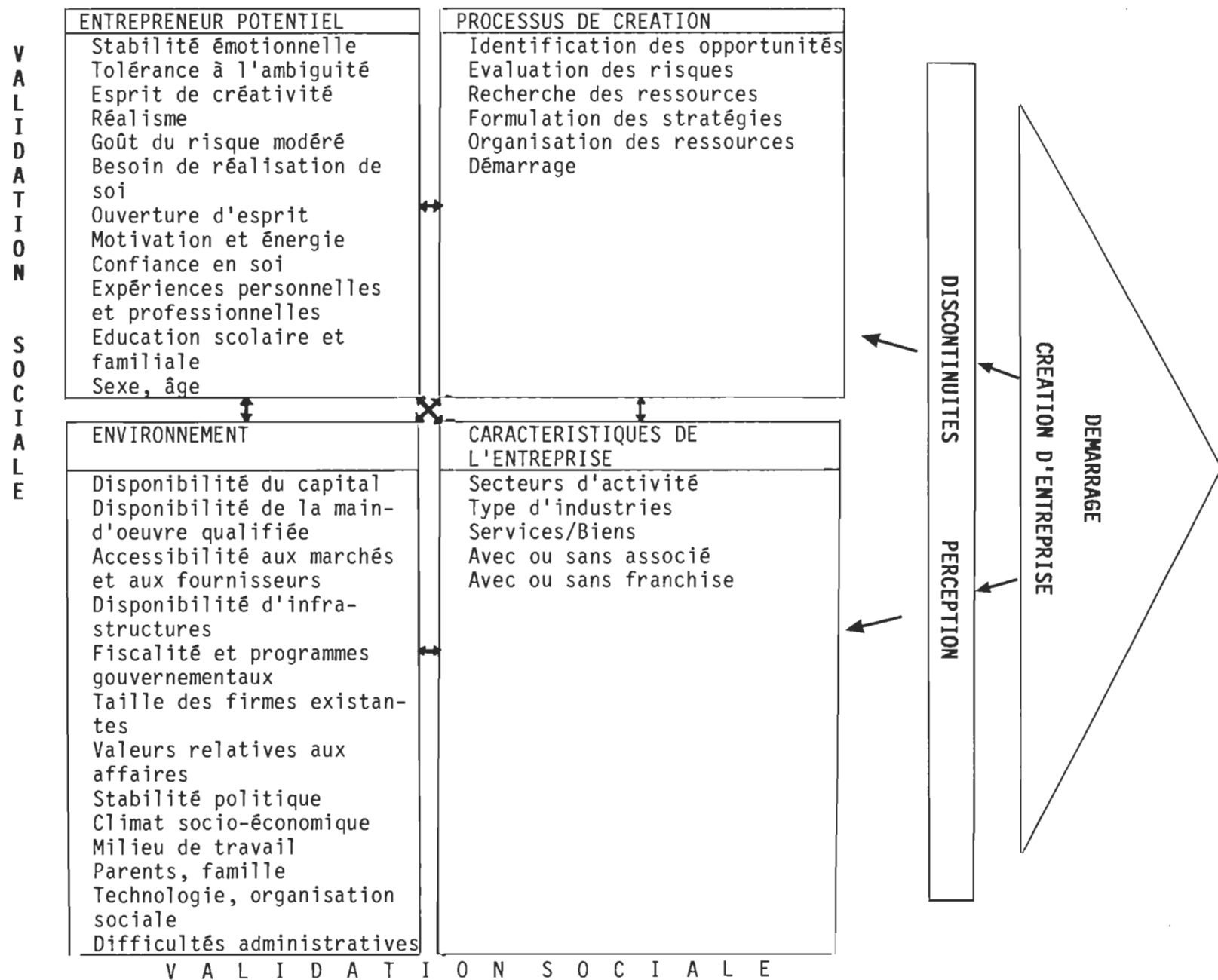


Figure 1. Cadre conceptuel global

En nous appuyant sur les points de vue de Belley, Dussault et Lorrain (1989), nous pouvons avancer que le comportement entrepreneurial de création d'entreprises, est étroitement lié à la motivation, aux traits de personnalité et aux compétences de l'entrepreneur.

Selon les auteurs ci-dessus, la motivation d'une personne entreprenante se manifeste par la recherche de défis à relever, par le désir de réussir et d'être autonome et indépendant aussi bien, sur le plan personnel que sur le plan professionnel.

Dans le même ordre d'idées, l'entrepreneur est persévérant, déterminé, a confiance en ses moyens, compose avec l'incertitude et prend des risques modérés. Pour qu'une action entrepreneuriale puisse se concrétiser, il est important qu'en plus des qualités mentionnées ci-dessus, l'individu qui veut entreprendre, ait la capacité d'identifier une idée d'affaires, de la transformer en opportunités d'affaires et de mobiliser les ressources nécessaires à la mise sur pied et au démarrage d'un projet. Finalement, cet individu devrait être apte à planifier les activités de son entreprise, à prendre des décisions judicieuses, à diriger harmonieusement d'autres individus, à développer des réseaux d'affaires, à innover, à gérer administrativement et techniquement son entreprise.

2.3 La création d'entreprises et ses contraintes dans les pays en voie de développement (P.V.D.)

Ce chapitre comprend la littérature sur les facteurs susceptibles de favoriser la création d'entreprises, le processus entrepreneurial, les cadres conceptuels global et spécifique, de même que les barrières à la création d'entreprises dans les P.V.D.

2.3.1 Documentation sur la création d'entreprises dans les P.V.D.

La littérature sur la création d'entreprises dans les pays en développement étant rare, nous nous sommes contentés de faire ressortir quelques grandes lignes relevées dans des recherches empiriques et conceptuelles. Le résultat de cet exercice est consigné dans le tableau ci-après. C'est de cette documentation que nous avons dégagé un cadre conceptuel général que nous considérons adapté toutes proportions gardées aux pays en voie de développement (voir figure 2).

2.3.2 Le processus entrepreneurial dans les P.V.D. et les cadres théoriques global et spécifique

De manière générale, le processus entrepreneurial est envisagé à travers deux grands groupes de facteurs composés de variables environnementales et individuelles. Mais dans la plupart des études faites dans des contextes en développement, nous nous apercevons très clairement que les auteurs ne prennent pas en compte les caractéristiques individuelles

Tableau 3

Documentation sur la création d'entreprises dans les P.V.D.

Auteurs Facteurs ou variables	W.Broehl(1982)	Leibenstein, H (1968) Leff N (1978) Baldwin, W (1974)	Reynolds L. (1973)	Vihari P.(1976)	Hirschman (1958)	P. Kilby (1962) P. Neck (1976) A. Aluko (1973)
<u>Caractéristiques individuelles</u>	l'auteur ne tient pas compte des caractéristiques individuelles. Car, selon lui, le facteur "environnement" permet de cerner un comportement observable (par opposition à un mystérieux charisme souvent rattaché à l'entrepreneur)	accordent beaucoup plus d'importance au groupe entrepreneur qu'à l'individu entrepreneur (le groupe est la base de la structure industrielle)	les caractéristiques individuelles ne sont pas importantes dans l'explication du phénomène de la création d'entreprises	l'incapacité des individus à déceler les possibilités, organiser les ressources, créer et gérer des entreprises. (besoin de réalisation, volonté de prendre des risques, idée positive de soi-même, initiative et indépendance, espoir dans l'avenir		mettent l'accent sur: -formation académique -compétences - attitudes - expériences professionnelles et personnelles
<u>Caractéristiques env.</u>	la réalisation d'un projet de création d'organisation est le fait des valeurs (appartenance linguistique, religieuse, familiale) et des pratiques (normes sociales, système de castes, ethnique...) propres aux pays en développement	importance de l'environnement dans la structure industrielle (rareté de capitaux, absence de marchés pour le risque et l'incertitude marchés domestiques petits)	influence de l'environnement (facteurs culturels et institutionnels) sur la création d'entreprises	manque de ressources financières et prise en compte d'environnement global (pour chercher des réponses aux questions)	manque de capitaux (ressources financières, etc.)	- ressources naturelles - marchés - structures sociales et culturelles

Tableau 3 (suite)

Auteurs Facteurs ou variables	Broehl,W(1982)	Leibenstein, H. (1968) Leff, N. (1978) Baldwin, W. (1974)	Reynolds L. (1973)	Vihari P. (1976)	Hirschman (1958)	P. Kilby (1962) P. Neck (1976) A. Aluko (1973)
<u>Autres sujets abordés</u>	met l'accent sur: - l'entrepre- neurship rural - l'innovation en contexte de dévelop- pement - transfert technologi- gique	met l'accent sur: l'impact de l'en- trepreneurship sur les économies en développement (par l'approche du groupe-entre- preneur): augmen- tation de la mo- bilité entrepre- neuriale, mobili- sation de capi- taux,etc...)	met l'accent sur:	stratégie de développement de l'esprit de l'entre- prise		met l'accent sur: - statistique sur les PME en Afrique - définition de la PME en Afrique - taille et types d'entre- prises - caractéristi- ques de l'en- trepreneur africain - stratégie de développement de l'esprit d'entreprise en Afrique
<u>Processus de créa- tion</u>	met l'accent sur: - identifika- tion d'oppor- tunités - idée de pro- jets - mobilisations et organisa- tion des res- sources (phy- sique, humaine et financière) - réalisation ou démarrage du projet - feedback (créa- tion du milieu environnement)					

Tableau 3 (suite)

Auteurs Facteurs ou variables	Didier Kouadio Koffi (1983)	P. Hugon (1980)	C. de Miras(1980)	S.S. Berry (1980)
<u>Caractéristiques indi- viduelles</u>	met l'accent sur: - formation académi- que - expériences - désir d'indépen- dance - recherche d'un statut social - perspectives de gains plus impor- tants		met l'accent sur:	
<u>Caractéristiques en- vironnementales</u>	- politiques sociales et économiques du pays - culture, valeurs		importance de l'en- vironnement social, culturel, politique, économique, démogra- phique, linguistique dans la création d'entreprises	
<u>Autres sujets abordés</u>	- problèmes liés à la création et au développement des entreprises privées nationales (Côte d'Ivoire) - perspective de pro- motion des entre- prises privées nationales (Côte d'Ivoire)	- définition et typologie de la P.M.E. (Afrique)	- spécificités des entreprises afri- caines - organisation sociale en Afrique - structuration des grou- pes socio-professionnels - état de l'entrepreneur- ship en Côte d'Ivoire	- spécificités des entreprises afri- caines

dans l'analyse du processus entrepreneurial (Broehl, 1982; Leibenstein, 1968); Leff, 1978; Baldwin 1974; Reynolds 1973; etc). Malgré cette tendance de la littérature sur ce sujet, il n'en demeure pas moins que quelques auteurs (Vihari, 1976; Kilby, 1962; Neck, 1976; Aluko, 1973; Kouadio, 1983), dans des études empiriques et/ou conceptuelles ont tenu compte de la dimension individuelle du processus de création.

Parmi tous ces auteurs, Leff (1978) est le seul qui, en plus d'avoir omis d'insérer les caractéristiques de l'individu, a mis un accent particulier sur le groupe comme entrepreneur ou entrepreneur potentiel, selon lui, le groupe est la base de toute structure industrielle.

Par ailleurs, nous ne sommes pas sans ignorer qu'à l'origine, un certain nombre d'éléments "besoins d'accomplissement, d'indépendance, perspective de gains importants, goût du risque, expériences" exercent une influence sur l'expression du profil entrepreneurial (Kouadio, 1983; Vihari, Kilby et Al). Ces caractéristiques individuelles peuvent être l'arrière-plan du processus de création mais, leur intensité et leur fréquence restent difficiles à déterminer chez l'entrepreneur, en général et en particulier, chez l'entrepreneur des pays en développement.

Malgré tout, l'individu après avoir fait une auto-évaluation de son potentiel à entreprendre l'évaluation de ses besoins, l'estimation des contraintes personnelles, de son degré de confiance par rapport à l'innovation, de sa capacité réelle à l'innovation, devrait passer à

l'analyse de l'environnement, si cette auto-évaluation est positive. Il s'agirait, pour l'individu d'identifier une opportunité et de l'exploiter de façon efficace.

Mais, il faut dire que l'environnement a toujours joué un rôle déterminant dans l'activité entrepreneuriale et ceci est encore plus vrai dans les contextes en développement (Harper, 1985). Les pays en développement sont pour la plupart très complexes, cela étant dû aux facteurs suivants: appartenance ethnique ou linguistique, loyauté nationale ou régionale, omniprésence de l'Etat, rôle social de l'entrepreneur, culture, attitudes et valeurs sociales, stabilité du système politique en place, les croyances, l'éthique.

En effet, ce sont des systèmes dans lesquels le social et l'économique passent souvent par la politique. Les politiques sont fonctions des ethnies et de leur répartition géographique; la loyauté de l'individu est plus rattachée à son ethnie ou à son village qu'à son pays (Broehl, 1982). Par ailleurs, la présence trop grande de l'Etat dans toutes les sphères des activités sociales, économiques et politiques est un facteur qui prédispose l'individu ou le groupe d'individus à ne compter que sur l'Etat, les conséquences de cet état de choses sont innombrables (ex.: dépendance morale et physique).

Les croyances religieuses, superstitieuses ou de tous ordres sont des facteurs qui influencent le cheminement entrepreneurial d'un individu (Harper, 1985). Ces croyances peuvent véhiculer une mauvaise

image de l'entrepreneur avec ses perspectives de gains plus importants, dans un milieu qui a une seule préoccupation: la lutte pour la survie de sa population .

Dans le même ordre d'idées, plusieurs pays en développement sont confrontés à des problèmes relatifs à des besoins essentiels ou élémentaires, dans certains cas, il s'en suit une instabilité politique qui ne favorise pas toujours l'acte entrepreneurial (ex.: fuite de capitaux et de cerveaux). Nous pouvons aussi souligner le fait que la notion de famille étant très élargie dans ces milieux de vie, tout entrepreneur potentiel peut être influencé positivement, il peut être aidé financièrement, physiquement et en ressources humaines, ou négativement, l'omniprésence de la famille, comme pour l'Etat, peut nuire à l'entrepreneur potentiel. (ex.: répartir son patrimoine économique sur l'ensemble des membres de la famille).

La finalité de la petite entreprise est sociale, bien plus que de rentabilité financière, ce qui la situe dans un ordre tout à fait différent de celui de l'entreprise de type européen ou américain. Les revenus de l'entreprise sont en priorité versés dans la consommation familiale et, en fait, sont dépensés au jour le jour (Sara Berry, 1980). Cette "culture industrielle" n'est pas sans avoir d'effets sur la tendance à vouloir entreprendre ou sur l'action d'entreprendre.

L'individu, après s'être diagnostiqué et après avoir analysé l'environnement, pourrait déclencher l'action entrepreneuriale, en identifiant une idée de projet, en définissant des opportunités, en mobilisant et en organisant les ressources nécessaires et enfin, en réalisant le projet. Ce projet sera évalué par l'environnement de l'entrepreneur. Cette évaluation qui constitue un feedback pour l'entrepreneur lui permettra de s'ajuster si cela est nécessaire aux normes et valeurs sociales en vigueur dans ce milieu de vie (validation sociale ou feedback). Cette évaluation influence le nouvel entrepreneur et les entrepreneurs potentiels, les facteurs environnementaux et donc le processus de création lui-même; il y a une interaction entre l'environnement et le feedback. Cette évaluation peut résulter en un succès, par une création d'emploi, une amélioration de l'image de soi et du niveau de vie, une croissance économique, une augmentation des opportunités d'investissements ou en un échec par une perte ou une faillite totale pour l'individu ou le groupe d'individus créateurs d'entreprises.

Nous pouvons dire que le processus entrepreneurial, dans les pays en développement n'est pas différent de celui observé dans les pays industrialisés. Cependant, nous remarquons que les composantes environnementales sont très différentes, ainsi affectent différemment les étapes du processus entrepreneurial, et donc, de création d'entreprises. A la lumière du processus entrepreneurial et de la littérature sur les facteurs de création d'entreprises, nous proposons les cadres conceptuels global et spécifique qui suivent. Le premier répond aux besoins

théoriques de notre étude et le deuxième correspond à la dimension pratique et opérationnelle que nous voulons donner à cette recherche.

La figure 2 représente notre cadre conceptuel global; il a été construit à partir de documents écrits, sur l'entrepreneursip dans les pays en voie de développement. Cette figure met en relief les différentes variables, susceptibles de jouer un rôle déterminant dans la création d'entreprises dans un contexte en développement.

On distingue les variables rattachées aux caractéristiques de l'entrepreneur potentiel ou du groupe d'entrepreneurs potentiels, les variables environnementales, le processus de création d'entreprises par et dans lequel ces variables individuelles et environnementales jouent un rôle important. Et enfin, la réaction du milieu social à l'acte entrepreneurial et les conséquences de cet acte pour le créateur d'entreprises.

Les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur ou du groupe d'entrepreneurs, sont l'ensemble de ses expériences personnelles et professionnelles, de ses motivations, de ses traits de personnalité, de sa formation et de son éducation familiale.

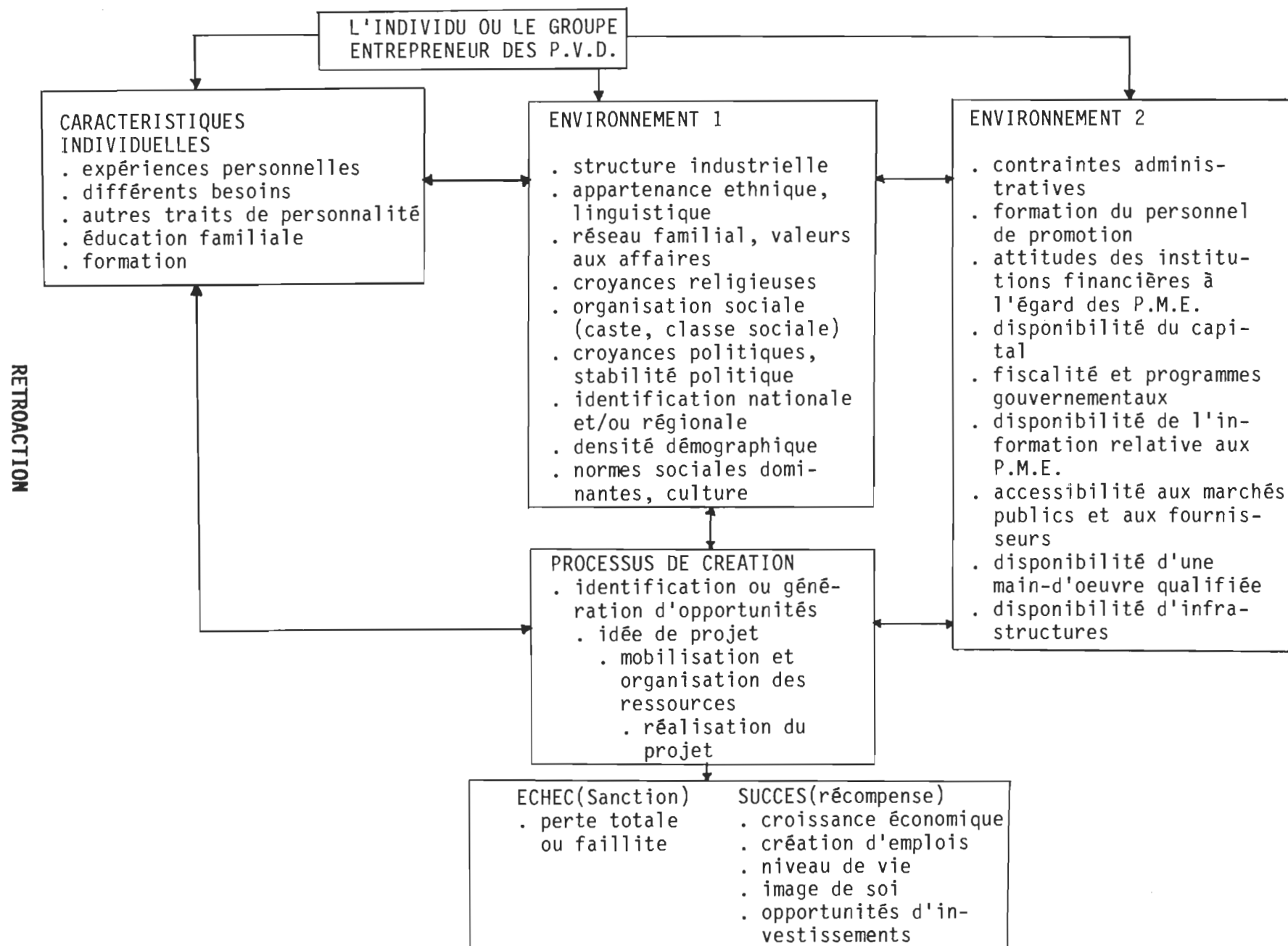


Figure 2. Cadre conceptuel global adapté aux P.V.D.

Nous avons divisé les facteurs environnementaux en deux catégories distinctes et complémentaires; notre critère de catégorisation s'appuie sur la capacité pour le gouvernement et les institutions financières de pouvoir modifier les variables environnementales. Ainsi, pour le premier niveau, nous avons retenu des variables qui échappent aux contrôles du gouvernement et des institutions financières, mais qui ont une influence indiscutable sur la création d'entreprises dans les pays en développement. Les éléments retenus sont les suivants: l'appartenance ethnique et linguistique, le réseau familial, les valeurs relatives à l'entreprise privée et à l'appât du gain, les croyances religieuses, l'organisation, les croyances politiques, l'identification de l'individu à un lieu géographique national et/ou régional, la densité démographique, les normes sociales dominantes, la culture, la structure industrielle. Le deuxième niveau comprend des variables environnementales, de faisabilité; améliorer leur disponibilité, ne peut que favoriser la création d'entreprises. Ce sont: la formation du personnel de promotion de la création d'entreprises, la disponibilité du capital, la fiscalité et les programmes gouvernementaux, la disponibilité de l'information relative aux dispositions face aux P.M.E., l'accessibilité des P.M.E. aux marchés publics et aux fournisseurs, la disponibilité d'une main-d'oeuvre qualifiée et des infrastructures, les contraintes administratives, l'attitude des institutions financières à l'égard des P.M.E.

L'entrepreneur potentiel, après avoir identifié une idée d'affaires et l'avoir transformée en opportunités d'affaires, mobilise les ressources nécessaires à la réalisation de son projet. Toutes ces étapes sont

fonctions des expériences, des connaissances et des motivations et de la personnalité de l'individu qui veut entreprendre et mener à bien un projet. Entre les caractéristiques de l'individu et la réalisation d'un projet, il y a le milieu social qui peut inciter voire même, favoriser l'émergence de l'entrepreneuriat local ou national. Selon qu'un individu vienne d'une région ou d'une autre, selon que la politique du pays soit stable ou pas, selon la culture du milieu, l'entrepreneuriat peut être favorisé ou ralenti. Cela est encore plus vrai dans le cas des facteurs environnementaux de faisabilité, car leur incidence sur la réussite ou l'échec des politiques de création d'entreprises est réelle et significative.

L'évaluation sociale de l'entrepreneur se mesure par la mise sur pied et le démarrage du projet ou par l'échec de l'entrepreneur, si le projet de ce dernier ne voit pas le jour ou n'arrive pas à démarrer et à se maintenir, tout au moins, pendant les douze mois suivant le lancement du projet. Cette évaluation résulte en une faillite ou une perte dans le cas d'un échec, mais si l'entrepreneur connaît du succès, ce dernier contribue à la croissance économique de son milieu social, à la création d'emplois, il augmente son niveau de vie, il améliore son image de soi et se donne d'autres opportunités d'investissements. En fonction de cette évaluation sociale, l'entrepreneur peut procéder à des réajustements (réorienter ses efforts de création d'entreprises ou améliorer sa position sur le marché).

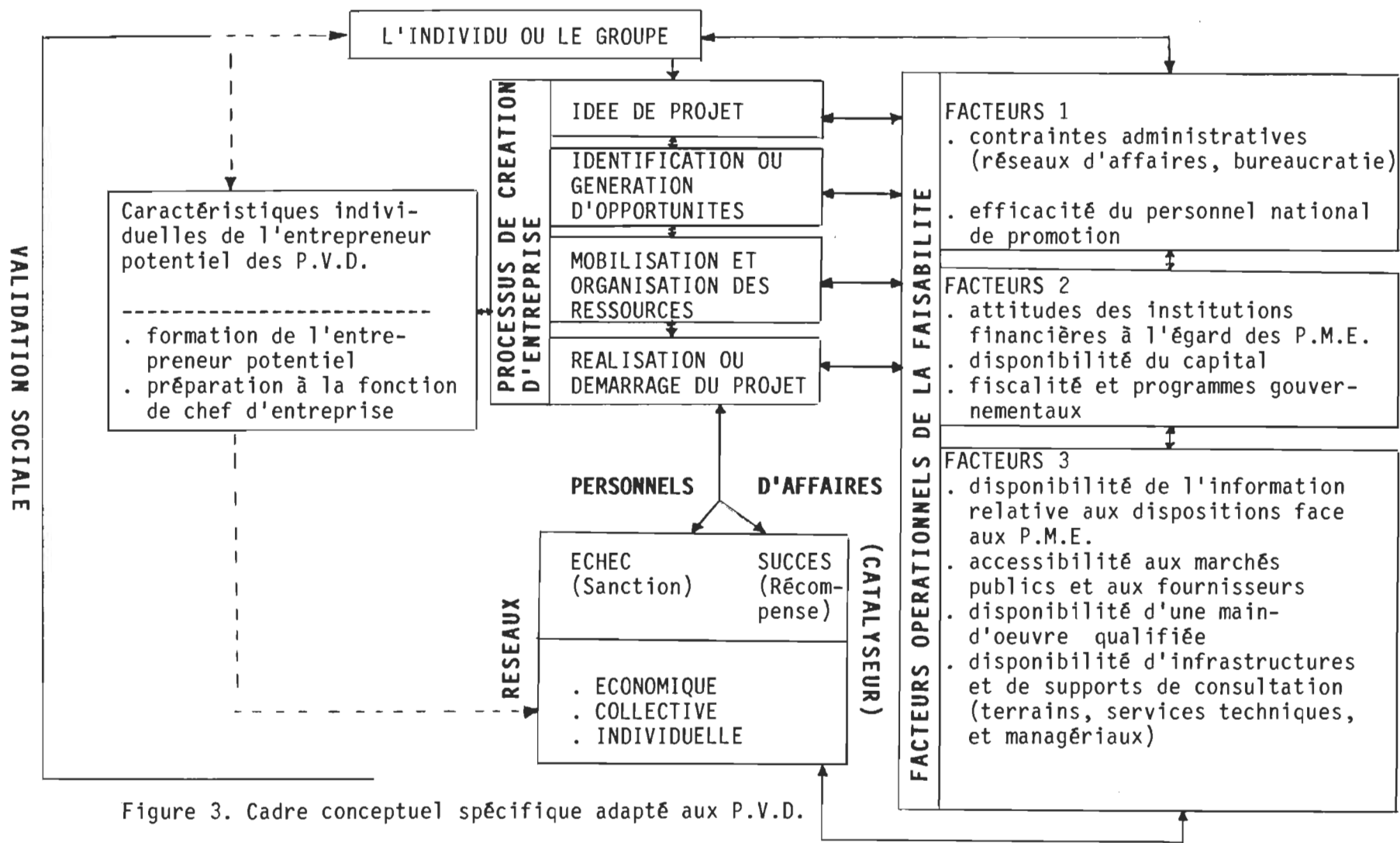
A l'issue de la sélection de certaines variables, répondant davantage à nos besoins et à nos objectifs de départ et en tenant compte de la

dimension opérationnelle que nous voulons donner à notre recherche, nous proposons un cadre conceptuel spécifique, que nous considérons adapté à notre objet d'étude et à nos préoccupations (voir figure 3).

L'explication accompagnant la figure 3 est presque identique à celle de la figure 2, la principale différence se situe au niveau du fait que le contexte politique général du pays, la culture, les croyances, la démographie, la structure industrielle, l'appartenance ethnique ou linguistique, les valeurs, l'organisation sociale ont été exclus dans la figure 3. Pour éviter d'alourdir le texte, nous préférons ne pas reprendre l'explication de la figure 2. Ainsi, la figure 3 représente notre cadre conceptuel spécifique de recherche; c'est à partir des variables contenues dans cette figure, dont les principales composantes sont: les caractéristiques de l'entrepreneur potentiel, les facteurs environnementaux de faisabilité, le processus de création, les réseaux d'affaires des entrepreneurs que nous avons mené la présente étude.

2.3.3 Les barrières à la création d'entreprises dans les P.V.D.

Les variables de notre modèle spécifique ont été sélectionnées à partir de notre revue de la documentation sur les obstacles à la création d'entreprises dans les pays en développement (voir tableau 4). La plupart des points de vue des auteurs se recoupent et se complètent, les divergences d'opinions sont minimales; les barrières relatives à l'individu sont: le manque de formation et de compétences des entrepreneurs potentiels (Sauboin, 1985. Ministère de l'industrie Côte d'Ivoire,



1985; Kilby, 1962; Neck, 1976; Aluko, 1973; Kouadio, 1983; Storey, 1985); l'incapacité des individus à déceler et à générer des opportunités, à organiser des ressources, à créer et gérer des entreprises (Vihari, 1976; Hirschman 1958); l'impréparation à la fonction d'entrepreneur "par exemple affairisme et ostentation" (Monckeh 1987; Kouadio, 1983; Moulignat, Diomandé, Monkan. M.R. 1986).

Par rapport à l'environnement, les problèmes retenus sont les suivants: la rareté de capitaux, le manque de ressources financières ou encore, l'insuffisance de l'épargne disponible, les obstacles relatifs au processus d'accumulation du capital "inégalités socio-économiques" (Leibenstein, 1968 - Leff, 1978 - Baldwin, 1974 - Vihari, 1976 - Hirschman 1958 - Kilby, 1962 - Neck, 1976 - Aluko, 1973 - Storey, 1985 - Monckey, 1987 - Moulignat, Diomandé, Monkan, 1986 - Bonnie, 1978 - Ministère de l'Industrie Côte d'Ivoire).

La plupart de ces auteurs s'entendent pour dire que les structures et les pratiques sociales et culturelles sont des obstacles à la création d'entreprises c'est un point de vue qui est largement partagé par Reynolds 1973 - Broehl, 1982 - de Miras et Sara Berry 1980. L'attitude des banques décourage certains entrepreneurs potentiels, le cadre législatif est très peu adapté à la croissance et au développement de la P.M.E., qu'il y a insuffisance de ressources naturelles, les marchés sont petits et difficilement accessibles, les actions visant à encourager la création d'entreprises ne sont pas coordonnées, le personnel national de promotion de la P.M.E. manque de compétences, la bureaucratie empêche le

développement optimal de projets d'entreprises, la fiscalité en vigueur dans ces pays ne favorise pas le créateur de P.M.E., les infrastructures industrielles (terrains, locaux, etc.) sont difficilement disponibles, l'entrepreneur potentiel n'est pas informé sur les dispositions prises par le gouvernement pour lui venir en aide dans son processus entrepreneurial (voir tableau 4).

Par souci d'ordre fonctionnel, nous retiendrons seulement les problèmes que nous considérons solubles à court ou à moyen terme par des actions gouvernementales, prolongées par une participation effective des agents économiques directement impliqués dans la promotion des P.M.E. (entrepreneurs potentiels, enseignants, professionnels, etc.). Nous appréhendons l'examen de la création d'entreprises, par l'approche des difficultés rencontrées par les créateurs de P.M.E. lors de la réalisation de leur projet d'entreprises.

Tableau 4

Les études sur les barrières à la création d'entreprises dans les P.V.D.

Michel Saubouin (1985)	Ministère de l'Industrie Côte d'Ivoire (1985)	Sidney M. Greenfield et Arnold Strickon (1981) S.S. Berry (1980) C. de Miras (1980)	Reynolds L (1973) Wayne Broehl (1982)
<ul style="list-style-type: none"> - formation et compétences des cadres d'entreprises - techniques de gestion non adaptées aux P.V.D. - valeurs et pratiques culturelles et sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - problèmes des compétences et de formation (entrepreneurs potentiels) - manque de coordination des actions de promotion - problèmes de compétences et de formation du personnel de promotion des P.M.E. - moyens financiers insuffisants - difficultés d'accéder aux marchés publics - lourdeur administrative - code d'investissement et fiscalité inadéquats pour la P.M.E. - difficultés d'acquisition de terrains ou de locaux - les entrepreneurs potentiels ne sont pas informés sur les facilités qui s'offrent à eux. 	<ul style="list-style-type: none"> - des contraintes socio-culturelles constituent un obstacles au développement de l'entrepreneuriat 	<ul style="list-style-type: none"> - difficile de distinguer les fonctions économiques des autres institutions sociales - problème d'intégration du rural et de l'urbain au niveau des entrepreneurs - les valeurs et pratiques sociales empêchent l'entrepreneur de se développer (notion de famille élargie, rôles sociaux multiples de l'entrepreneur constituent un fardeau lourd à porter pour ce dernier)

Tableau 4

Les études sur les barrières à la création d'entreprises dans les P.V.D.

Bonnie K. Campbell (1978)	François Monckeh (1987)	Rein Peterson et Joel Shulman (1987)
<ul style="list-style-type: none"> - obstacles relatifs au processus d'accumulation qui lèse certaines couches sociales (le secteur privé étant essentiellement une excroissance de l'Etat étroitesse de la base intérieure du processus d'accumulation du capital) 	<ul style="list-style-type: none"> - insuffisance de l'épargne disponible - attitudes des banques à l'égard des entrepreneurs potentiels (non-réceptibilité) - impréparation à la fonction d'entrepreneur (affairisme et ostentation) - formation académique et/ou compétences limitées 	<ul style="list-style-type: none"> - difficultés de financement (non-réceptibilité de la part des institutions financières)

Tableau 4 (suite)

Leibenstein, H. (1968)
Leff, N. (1978)
Baldwin W. (1974)

J. Hubert Moulignat
Diomandé M.
Monkan M.R. (1986)

Storey D.J. (1985)

-
- rareté de capitaux
 - absence de marchés pour le risque et l'incertitude
 - marchés domestiques petits

- insuffisance de moyens financiers
- attitude des banques
- insuffisance de connaissances et de compétences en gestion

- problèmes des ressources humaines qualifiées
- problèmes de liquidités, de capitaux
- problèmes d'acquisition d'une part du marché (se faire connaître)
- difficultés rattachées au manque d'expérience

Tableau 4 (suite)

Vihari G. Patel (1976)
Hirshchman (1958)

- incapacité des individus à déceler et à générer des possibilités
- incapacité des individus à organiser des ressources, à créer et gérer des entreprises
- manque de ressources financières

Kilby P. (1962)
Nick P. (1976)
Aluko A. (1973)

- difficultés relatives à la formation académique et aux compétences des entrepreneurs potentiels
- obstacles relatifs aux ressources naturelles, aux marchés et aux structures sociales et culturelles
- cadre législatif très peu adapté à la croissance et au développement de la P.M.E.

Didier K. Koffi(1983)

- problèmes de formation et d'expérience
- impréparation à la fonction d'entrepreneur (affairisme et ostentation)
- inadéquation des politiques de promotion de la P.M.E.
- le système bancaire et le financement des P.M.E. privées nationales

2.4 Les objectifs de la recherche

Pour les besoins de notre recherche que nous voulons opérationnelle, nous retiendrons des variables contrôlables par l'élaboration et l'application judicieuses de mesures fonctionnelles. Ces variables sont rattachées aux caractéristiques de l'entrepreneur potentiel; il existe une multitude d'éléments souvent associés à l'entrepreneur potentiel, il s'agit du lieu de contrôle, du goût du risque, de la stabilité émotionnelle, du besoin de réalisation, de la tolérance à l'ambiguïté, etc., mais si nous voulons nous rendre utiles dans la promotion de l'entrepreneuriat, autant axer nos efforts sur des éléments comme: la formation des aspirants à cette fonction, la préparation expérimentale à cette fonction, c'est-à-dire favoriser une confrontation avec la réalité qui les attend.

Dans le même ordre d'idées, même si de nombreux éléments environnementaux comme appartenance ethnique, les croyances religieuses, la structure industrielle, la stabilité politique, organisationnelle et sociale influencent la création d'entreprises, il demeure qu'un grand nombre de ces facteurs sont incontrôlables. Pour cette raison essentiellement, nous orienterons nos investigations vers des facteurs opérationnels de faisabilité; cette approche a le grand avantage de déboucher sur des propositions réelles, "tangibles" et applicables de surcroît.

Nous retiendrons les composantes environnementales suivantes: les contraintes administratives, l'efficacité du personnel national de

promotion, attitudes des institutions financières à l'égard des P.M.E., la disponibilité du capital, la fiscalité et les programmes gouvernementaux, la disponibilité de l'information relative aux dispositions face aux P.M.E., l'accessibilité aux marchés publics et aux fournisseurs, la disponibilité d'une main-d'oeuvre qualifiée, la disponibilité d'infrastructures et de supports de consultation (terrains, services techniques et managériaux).

Tout ceci a pour effet de réduire la création d'entreprises proprement dite au "bagage" académique et professionnel de l'individu et de facteurs environnementaux de faisabilité rattachés directement à la réalisation d'un projet.

Finalement, nous comptons "observer" au cours de notre étude, les réseaux de l'entrepreneur par son histoire sociale et individuelle, son récit de création de son entreprise et par les difficultés rencontrées lors de la mise sur pied de cette entreprise. L'importance des réseaux de l'entrepreneur sera déduite de l'examen et de l'analyse de la taille, de la fréquence et de la densité des réseaux d'un entrepreneur.

Les objectifs de la recherche sont doubles: le premier est d'identifier les variables spécifiques qui affectent la création d'entreprises, et donc, le processus de création qui les redouble et les prolonge. Il s'agit ici de mettre en relief les problèmes que rencontrent les entrepreneurs en Côte d'Ivoire pour créer leurs entreprises. Le deuxième objectif est de dégager l'ampleur des réseaux d'affaires de ces

entrepreneurs et l'importance de ces mêmes réseaux dans l'accessibilité des ressources pour la création des entreprises (voir tableau 5).

2.5 Les intérêts de la recherche

2.5.1 Du point de vue théorique

La recherche devra nous permettre de reconstituer le processus de création d'entreprises de ces entrepreneurs, elle devra aussi nous informer sur la fréquence, (nombre de fois que des contacts ont été établis en vue de faciliter la création d'entreprises) et la taille (nombre de personnes contactées) des réseaux des entrepreneurs, de même que l'importance relative de ces réseaux d'affaires dans la création d'entreprises elle-même. Cette étude devra nous permettre de proposer une structure de capital des entreprises visitées.

2.5.2 Du point de vue pratique

Cette étude devra nous fournir des informations sur, les problèmes de création des entrepreneurs en Côte d'Ivoire. L'identification de ces problèmes devra nous permettre de répondre davantage et mieux aux préoccupations de l'entrepreneur ou du groupe, entrepreneur potentiel et de faciliter un meilleur intérêt pour la création d'entreprises en Côte d'Ivoire. Cette recherche devra favoriser la constitution d'outils stratégiques et opérationnels adaptés aux réalités ivoiriennes afin d'aider les entrepreneurs potentiels autant que possible.

Tableau 5

Problèmes, objectifs et intérêts de la recherche

PROBLEMES	OBJECTIFS ET INTERETS DE LA RECHERCHE
<p><u>Managérial</u> Comment favoriser la création d'entreprises en Côte d'Ivoire?</p>	<p><u>1. Objectifs</u> - identifier les problèmes de création d'entreprises auxquels sont confrontés les entrepreneurs en Côte d'Ivoire. - dégager l'ampleur des réseaux d'affaires de ces entrepreneurs et l'importance de ces mêmes réseaux dans l'accessibilité des ressources pour la création d'entreprises.</p>
<p><u>De recherche</u> 1- Qu'est-ce qui incite les entrepreneurs à le devenir? 2- Comment procèdent-ils pour créer leurs entreprises? 3- Quelles sont les difficultés rencontrées par ces entrepreneurs lors de la création de leurs entreprises?</p>	<p><u>2. Intérêts de la recherche</u> . du point de vue théorique: ----- La recherche devra nous permettre de reconstituer le processus de création d'entreprises de ces entrepreneurs, elle devra aussi nous informer sur la fréquence, la taille et l'accessibilité des ressources à partir de l'importance relative des réseaux d'affaires de ces entrepreneurs dans la création d'entreprises elle-même. Cette étude devra nous permettre de proposer une structure du capital des entrepreneurs rencontrés. . du point de vue pratique: ----- Cette étude devra nous fournir des informations sur les problèmes de création des entrepreneurs en Côte d'Ivoire; l'identification de ces problèmes devra nous permettre de répondre davantage et mieux aux préoccupations de l'entrepreneur ou du groupe-entrepreneur potentiel et de faciliter un meilleur intérêt pour la création d'entreprises en Côte d'Ivoire. Cette recherche devra favoriser la constitution d'outils stratégiques et opérationnels adaptés aux réalités ivoiriennes afin d'aider les entrepreneurs potentiels autant que possible.</p>

CHAPITRE III

METHODOLOGIE

Ce chapitre vise à faire ressortir la démarche suivie pour la réalisation de cette étude.

3.1 Type d'étude

A notre connaissance, très peu d'études se sont intéressées à l'objet d'étude de notre recherche c'est-à-dire les difficultés de création de P.M.E. en Côte d'Ivoire et les réseaux d'affaires et aux objectifs que nous visons.

Il découle de cet état de choses un manque d'instruments de recherche très élaborés pour les besoins d'approfondissement des connaissances dans le domaine qui nous intéresse.

Pour cette raison essentiellement, nous ne pourrons pas utiliser des hypothèses dans la présente étude, cependant, à l'issue de notre recherche, nous suggérerons, à partir des informations recueillies lors de notre enquête, des avenues possibles à explorer. Ces avenues constitueront un tremplin pour une étude future. Dans ce sens, celle que nous menons présentement est de type exploratoire et descriptif.

3.2 Population et échantillonnage

Lorsque nous parlons de création d'entreprises, nous entendons par là, des créations "ex nihilo", en excluant les extensions, les décentralisations, les transferts, les changements de régime juridique. Les unités à étudier sont des entreprises de 1 à 50 salariées ayant un caractère d'activité industrielle ou de service à l'industrie et une ancienneté inférieure ou égale à cinq années. Notre population comprend tous les propriétaires, dirigeants ou non d'entreprises manufacturières, de services ou de commerces oeuvrant dans la région administrative d'Abidjan. Si le propriétaire est aussi le dirigeant, il est important que celui-ci soit le principal dirigeant de l'entreprise. Par ailleurs, comme le dit Gasse (1978), il doit être l'actionnaire majoritaire, l'associé principal ou tout simplement, le propriétaire unique d'une compagnie privée.

Nous avons retenu cette définition car, nous nous intéressons à la création d'entreprises et donc, au créateur, à ses difficultés à obtenir des ressources, à ses besoins en formation relative à la création, etc. ainsi sont exclus de l'étude les dirigeants non-propriétaires et sont retenus pour l'étude aussi bien les propriétaires dirigeants que les propriétaires non-dirigeants, en un mot, il s'agit des propriétaires créateurs d'entreprises. Ces entreprises représentent nos unités d'échantillonnage et leurs propriétaires seront la source d'information.

Par ailleurs, les facteurs comme le nombre de participation à une création d'entreprises, la nationalité ne seront pas des facteurs discriminants. La population d'entreprises qui retient notre attention aura pour cadre d'échantillonnage, le répertoire des industries et activités du ministère de l'Industrie de Côte d'Ivoire et une liste d'entreprises fournie par la Chambre d'industrie dudit pays. Dans ce sens, nous pouvons dire que les unités industrielles retenues constituent un échantillon accidentel, ces entreprises ont été sélectionnées en fonction de notre jugement personnel et des suggestions faites par la direction de la promotion de la P.M.E. et de la P.M.E. de la Chambre d'industrie ivoirienne.

3.3 Instrument de recherche et plan du questionnaire

Dans cette étude, nous sommes intéressés à appréhender les facteurs qui influencent la création d'entreprises en Côte d'Ivoire, à travers les difficultés de création rencontrées par les entrepreneurs. Dans le même ordre d'idées, nous nous intéressons à l'importance des réseaux d'affaires dans le processus de création d'entreprises.

La démarche que nous avons privilégiée dans cette étude est l'entrevue semi-structurée à partir d'un questionnaire qui couvre les différentes variables de notre cadre conceptuel. Ainsi, ce questionnaire devra nous permettre d'atteindre nos objectifs de recherche (voir annexe 1).

Le questionnaire est composé de trente-huit questions ouvertes et fermées, couvrant 5 chapitres: 1. l'identification de l'entreprise (nom, adresse, propriété, âge, nombre d'employés, secteurs d'activité, forme légale); 2. l'identification de l'entrepreneur (caractéristiques de l'entrepreneur: sexe, âge, scolarité; expériences de travail et expériences personnelles; famille: occupation des parents, rang familial); 3. la décision de créer son entreprise et la préparation du projet; 4. les difficultés rencontrées lors de la création; 5. les réseaux de l'entrepreneur.

Pour la formulation de nos questions, nous nous sommes inspirés des approches de Lorrain (1987) pour l'identification de l'entreprise et de l'entrepreneur, la décision de créer et la préparation du projet, les difficultés rencontrées lors de la création, de Richard et Arocéna (1983) pour le processus de création de l'entreprise et les problèmes rencontrés lors de cette création, les réseaux de l'entrepreneur, de Aldrich, Rosen, Woodward (1986); Burt et Minor (1983) pour les réseaux de l'entrepreneur: fréquence, taille, accessibilité des ressources.

Ces approches ont été adaptées aux variables de notre cadre conceptuel et aux indicateurs qui permettront de les mesurer sur le terrain et aux objectifs de l'étude.

Dans le même ordre d'idées, le pré-test que nous avons effectué dans le courant de l'été 1987 en Côte d'Ivoire nous aura permis de modifier et d'ajuster les questions initiales aux besoins de la recherche et aussi, de tenir compte des réalités du pays.

Pour l'estimation de la fréquence, de la taille des réseaux et l'accessibilité des ressources, nous avons utilisé la théorie de Aldrich, Rosen et Woodward (1986) et notre approche personnelle qui s'inspire de diverses lectures sur les réseaux d'affaires. Cette estimation s'est faite à partir d'un ensemble de six questions dont une échelle de type Likert en cinq points allant de pas du tout significative (1) à très significative (5). L'importance des réseaux d'affaires dans la préparation et la réalisation du projet d'entreprise croît avec le pointage.

Pour l'identification des problèmes de création d'entreprises, nous avons utilisé les méthodes de Richard et d'Arocéna (1983) et de Lorrain; ces approches ont été redoublées et prolongées par l'apport personnel de l'auteur de la présente étude.

L'identification de ces problèmes a été faite à partir d'entrevues biographiques, de récits de création et des obstacles rencontrés lors de la création de l'entreprise. Ce volet comporte huit questions dont deux ayant respectivement une échelle en six points, allant de "1" pas du tout à "5" énormément. Le point "9" signifie "ne s'applique pas à la situation de l'entrepreneur interviewé". Dans ce cas-ci, le coefficient de difficultés augmente avec le pointage. La deuxième échelle comporte six points, allant de "1" très satisfait à "5" pas satisfait; le point "9" signifie "ne s'applique pas à votre situation" comme dans le cas précédent. Dans ce deuxième cas, la satisfaction reliée à l'aide à la création d'entreprises augmente avec la faiblesse du pointage enregistré.

Dans tous les cas, le point "3" signifiant selon le cas (modérément, satisfait, significative) constitue le point neutre sur l'échelle.

3.4 Procédure d'enquête

La procédure d'enquête que nous avons adoptée est la suivante: après avoir sélectionné notre échantillon d'entreprises à visiter, nous avons invité les entrepreneurs concernés à participer à notre enquête.

Sur une liste de 100 petites et moyennes entreprises sélectionnées à partir du répertoire des activités industrielles, commerciales et de services de la Côte d'Ivoire (édition 1986-1987); ces P.M.E. ont été choisies en fonction de notre définition de la P.M.E. et de nos critères de sélection.

Par manque de temps, nous avons jugé nécessaire, de ne sélectionner que 20 entreprises; pour éviter de retenir des entreprises très marginales, nous avons sollicité l'aide des services de la cellule PME/PMI de la chambre d'industrie pour le choix de 20 P.M.E. représentatives des activités de ce type d'unités industrielles. C'est ainsi que 20 des 100 P.M.E. ont été retenues et ont constitué notre échantillon accidentel.

Ces 20 entreprises ont été contactées et seulement 16 ont accepté de répondre à notre invitation et de nous recevoir dans leurs locaux. Les entrevues ont duré en moyenne 60 minutes et ont eu lieu en novembre, décembre (1988) et janvier (1989).

3.5 Traitement et analyse des données

Afin de traiter et d'analyser les informations recueillies, des statistiques descriptives ont été utilisées (fréquence, moyenne, etc.). La faible densité de nos données et l'absence d'hypothèses ont guidé notre choix dans la non-utilisation d'un logiciel d'analyse statistique (ex.: S.P.S.S.) ainsi, nos informations ont subi un traitement manuel à l'aide d'une calculatrice.

CHAPITRE IV

RESULTATS DE L'ENQUETE ET DISCUSSION

Dans ce chapitre, nous présentons les résultats obtenus lors de l'enquête menée dans les 16 P.M.E. ivoiriennes. Après avoir présenté les résultats, nous les analyserons, puis les interpréterons afin de leur donner un sens théorique et pratique.

4.1 Résultats: profil du propriétaire-dirigeant (P.D.)

Dans cette partie, nous tentons de dégager le profil des P.D.; nous avons retenu le nombre d'années de scolarité, le dernier diplôme obtenu, l'âge, le sexe, le rang familial, les expériences de travail et l'occupation du P.D. avant la création de son entreprise, afin de pouvoir mettre en relief le profil des P.D. rencontrés (voir tableau 6).

Les créateurs rencontrés ont en moyenne 38 ans, 37,5% (six créateurs) d'entre eux disposent de diplômes universitaires, 31,2% (cinq créateurs) ont atteint les niveaux secondaire et collégial (collège et lycée) et 31,2% (cinq créateurs) ont arrêté leurs études au niveau primaire. Parmi ces entrepreneurs, on dénombre deux (12,5%) femmes et 14 (87,5%) hommes. Sur ces 16 personnes, une seule est l'aînée de sa famille. Il faut souligner aussi que 81,2% de nos créateurs travaillaient avant de créer leur propre entreprise, 12,5% n'occupaient pas un emploi avant la réalisation de leur projet d'entreprises et finalement 6,5% étaient aux études avant d'être en affaires. L'enquête nous a permis de réaliser que seulement 18,7% de l'échantillon avaient des expériences en gestion.

Tableau 6

Caractéristiques socio-démographiques des propriétaires-dirigeants (P.D.)

Caractéristiques	N.	%
Années de scolarité		
1 à 6 ans	5	31,2
7 à 13 ans	5	31,2
14 à 18 ans	6	37,5
Dernier diplôme		
Universitaire	6	37,5
Secondaire (polyvalente et cegep)	5	31,2
Primaire	5	31,2
Age du P.D.		
25 à 31 ans	2	12,5
32 à 38 ans	6	37,5
39 à 45 ans	6	37,5
46 à 52 ans	2	12,5

Tableau 6 (suite)

Caractéristiques	N.	%
Sexe		
Féminin	2	12,5
Masculin	14	87,5
Rang familial		
Aîné	1	6,2
Autre	15	93,7
Expériences de travail		
Avec expérience en gestion	3	18,7
Sans expérience en gestion	13	81,2
Occupation du P.D. avant de créer son entreprise		
Emploi dans le même sous-secteur	11	68,7
Emploi dans un autre sous-secteur	2	12,5
Sans emploi	2	12,5
Aux études	1	6,5

4.1.1 Discussion

En examinant de plus près nos résultats, nous nous apercevons très clairement que notre enquête confirme et infirme certains résultats de recherche. En effet, certains résultats indiquent qu'en moyenne, les entrepreneurs créent leur entreprise à l'âge de 35 ans (Lorrain et Raymond 1988; Hisrich et Peters, 1989; Ronstadt, 1983), ceci est confirmé par notre enquête. Les entrepreneurs visités ont en moyenne 38 ans et les entreprises ont en moyenne trois ans, ainsi nous obtenons un âge moyen de création d'entreprises qui est de 35 ans pour les entrepreneurs.

D'autres résultats de recherche montrent que les entrepreneurs sont souvent les aînés de leur famille (Pétrof, 1980); notre enquête révèle le contraire. Dans une proportion de 93,7%, les entrepreneurs interviewés ne sont pas les aînés de leur famille. Cette différence au niveau des résultats pourrait s'expliquer par la taille de l'échantillon (16 participants à l'étude, dans notre cas, contre 32 participants, chez Pétrof) et des caractéristiques démographiques du milieu. En effet, les familles québécoises et canadiennes comptant en moyenne un à deux enfants, la probabilité est plus élevée que la proportion d'aînés en affaires ou dans d'autres activités, soit plus grande par opposition à la Côte d'Ivoire ou aux pays en développement où cette probabilité est plus faible par le fait même du nombre élevé d'enfants par famille. Pour toutes ces raisons, il est extrêmement délicat de généraliser les conclusions d'études sur le rang familial et la création d'entreprises sans tenir compte des facteurs aussi importants que les facteurs sociaux reliés à la démographie.

Plus souvent qu'autrement, le créateur n'a pas d'expérience en gestion (81,2%) et il est généralement un ébéniste, agriculteur, technicien ou autre (Abdelali E.E., 1987; Brockhaus et Howirtz, 1986); donc il maîtrise les techniques de production du bien ou du service à offrir sur le marché et ne connaît pas les rudiments de la gestion, ainsi ces points de vue correspondent à nos résultats.

Ces créateurs et entrepreneurs mettent sur pied une entité qui est tout simplement une extension de leur travail quotidien, à la seule différence qu'ils sont à leur propre compte. En réalité, 80,2% des créateurs rencontrés sont familiers avec le domaine dans lequel ils travaillent car, si 12,5% des P.D. n'occupaient pas d'emploi avant la création de leur entreprise, ces derniers ont toujours travaillé dans ce domaine d'activité. Ce point de vue est largement partagé par Timmons, Smollen et Dingee (1986), de même que Cooper (1971).

Notre enquête nous a permis de remarquer aussi que 87,5% des entreprises de l'échantillon étaient dirigées par des hommes et 12,5% par des femmes; ces résultats sont confirmés par l'étude menée par Kouadio en 1980 auprès de plusieurs P.M.E. ivoiriennes. Ce dernier avance que 92% des exploitants de ces entreprises sont des hommes et 8% sont des femmes, ces femmes sont concentrées dans les secteurs de services et du commerce. Selon le même auteur, même si la plupart de ces dirigeantes d'entreprises sont en grand nombre dans ces secteurs, elles ne constituent pas pour autant la majorité de la population de ces branches d'activité (21% dans les services et 35% dans les activités commerciales). Des activités

traditionnellement occupées par des hommes (industries de transformation, bâtiment, électricité, mécanique, etc.) restent encore fermées aux femmes.

Le nombre moyen d'années de scolarité de l'échantillon étudié est de 12 ans, ce résultat même s'il se rapproche de celui proposé par Brockhaus et Nord (1979) c'est-à-dire 13,57 années de scolarité, est différent de celui enregistré par ces derniers. Mais il faut dire qu'au-delà de ces statistiques, il y a des réalités dont il faudrait tenir compte; en effet, lorsque nous considérons des secteurs de hautes technologies, le nombre moyen d'années de scolarité augmente car il y a beaucoup d'universitaires qui composent l'échantillon - Cooper, 1971 - Litvak et Maule, 1974 - Neck, 1976).

Par ailleurs, il est important de mentionner que si notre étude avait été menée en dehors de la capitale ivoirienne, nous aurions sûrement obtenu des résultats différents. Le niveau de scolarité de ces P.D. aurait certainement été plus bas que celui enregistré dans la capitale, cette région étant plus développée que les autres régions. Quoique de plus en plus, avec la crise économique et le chômage que connaît présentement la Côte d'Ivoire, on peut s'attendre à ce que plusieurs diplômés d'universités et d'écoles supérieures viennent grossir les rangs des entrepreneurs. Le principal employeur qu'était l'Etat, désormais ne pourra plus jouer comme par le passé, ce rôle; il appartiendra à chaque diplômé de se prendre en mains, en s'installant à son compte, seul ou avec des partenaires.

4.2 Résultats: profil de l'entreprise

Ce volet de notre étude a pour but de présenter le profil des entreprises visitées; les éléments que nous avons sélectionnés sont les suivants: l'âge des entreprises, le nombre d'employés, le secteur d'activité, le sous-secteur d'activité et la propriété des entreprises (voir tableau 7).

Les P.M.E. de notre échantillon ont en moyenne trois années d'existence, la plus jeune a trois mois et la plus âgée a cinq ans. De ces entreprises, 31,2% ont entre un et cinq employés, 37,5% ont entre six et dix employés, 12,5% ont entre 11 et 15 employés, 12,5% ont entre 16 et 25 employés, 6,2% ont 26 employés ou plus.

Ces entreprises évoluent dans les secteurs du service (43,7%), du commerce (25%) et dans le secteur manufacturier (31,2%); plus spécifiquement, on trouve 18,7% de ces entreprises dans la fabrication de meubles, 12,5% dans la coiffure, 6,2% dans la mécanique, 18,7% dans la construction, 12,5% dans les bureaux d'études, 6,2% dans les appareils ménagers, 12,5% dans le papier et les produits alimentaires, 6,2% dans les machines électroniques et enfin 6,2% dans l'imprimerie. Ces résultats indiquent aussi que 43,7% des entrepreneurs visités ont des associés, tandis que 56,2% préfèrent évoluer sans la participation d'une tierce personne.

4.2.1 Discussion

Il est extrêmement difficile d'analyser et d'interpréter le nombre d'employés que comptent des entreprises, l'âge de ces entreprises et leurs secteurs industriels d'appartenance. Pour cette raison essentiellement, nous allons nous contenter de voir si les résultats obtenus correspondent aux caractéristiques des P.M.E. en général et/ou des P.M.E. africaines en particulier, souvent mentionnées dans la littérature.

Tableau 7
Caractéristiques des entreprises

Caractéristiques	N.	%
Age		
Moins de 1 an	1	6,2
1 an à moins de 2 ans	2	12,5
2 ans à moins de 3 ans	3	18,7
3 ans à moins de 4 ans	7	43,7
4 ans à 5 ans	3	18,7
Nombre d'employés		
1-5	5	31,2
6-10	6	37,5
11-15	2	12,5
16-25	2	12,5
26 et plus	1	6,2
Secteurs d'activité		
Service	6	37,5
Commerce	3	18,7
Manufacture	7	43,7

Tableau 7 (suite)

Caractéristiques	N.	%
Sous-secteurs d'activité		
Meubles	3	18,7
Coiffure	2	12,5
Mécanique	1	6,2
Construction	3	18,7
Cabinets d'études	2	12,5
Appareils ménagers	1	6,2
Papier et produits alimentaires	2	12,5
Imprimerie	1	6,2
Association		
Avec partenaires	7	43,7
Sans partenaires	9	56,2

Le profil de notre échantillon d'entreprises correspond au profil de ce qui est communément appelé la P.M.E. moderne ou la P.M.E. de transition. En général, ces entreprises sont très jeunes et oeuvrent dans les domaines agricole, forestier, minier, commercial et des industries légères, c'est-à-dire textile, cuir, mécanique, électricité, bâtiment (Abdelali, 1987).

A l'instar des entreprises visitées, ces P.M.E. desservent le marché local ou régional. Ces entreprises se retrouvent surtout dans les secteurs des services et du commerce (56,2%), certainement à cause de leurs faibles exigences en capitaux et en expertises.

Ainsi, notre enquête nous permet de confirmer et de partager les points de vue de Abdelali (1987); nous avons pu constater qu'effectivement, ces entreprises appartiennent à des nationaux ou à des africains, elles sont gérées par un "patron" lui-même investisseur principal, sinon unique et constituant le centre de décision, elles bénéficient généralement une structure de gestion plutôt légère et d'un faible taux d'encadrement. Ce profil d'entreprises se recoupe avec le point de vue de Kouadio (1983).

Plus de la moitié (56,2%) des créateurs rencontrés n'ont pas été intéressés à s'associer à une tierce personne car ils ne souhaitaient pas partager le pouvoir et le contrôle de l'entreprise avec quelqu'un d'autre (selon leurs propres commentaires). Les positions d'Abdelali (1987) illustrent très bien ces propos, car pour lui, la P.M.E. africaine est une

entreprise qui gravite autour d'un homme nommé le "patron". Il est souvent le créateur de l'entreprise, l'actionnaire principal s'il n'est pas l'actionnaire unique.

4.3 La création d'entreprises: motifs de création d'entreprises et d'associations, temps de décision de création et de concrétisation projet

Cette partie a pour but de faire ressortir le processus de création d'entreprises des créateurs les motifs d'acceptation ou de refus d'associés par les P.D., les principales raisons qui ont poussé ces créateurs à se lancer en affaires, le temps qu'ils ont mis pour se décider à se lancer en affaires, le temps mis pour la concrétisation du projet (voir tableaux 8 et 9).

Tableau 8

Le processus de création suivi par les propriétaires-dirigeants

Processus	Etape suivie	N	%
Recherche et identification d'une idée d'affaires	Oui (formel)	7	43,7
Exploration de la valeur de l'idée d'affaires	Oui (formel)	4	25,0
Identification des ressources nécessaires et des moyens d'obtention de ces ressources	Oui	16	100
Identification du site du projet	Oui	16	100
Lancement de l'entreprise	Oui	16	100

Tableau 9

Motifs d'acceptation ou de refus, raisons de création d'entreprises et temps de décision et de réalisation du projet

Eléments	N	%
Acceptation		
Financiers	7	100
Expertise (complémentarité)		
Connaissances, expériences	4	57,1
Incapacité à réaliser seul le projet	3	42,8
Crédibilité vis-à-vis les institutions financières	1	14,2
Répartition des risques	3	42,8
Refus		
Conflits d'intérêts	5	55,5
Conflits de personnes	7	77,7
Raisons de la création		
Etre mon propre patron	14	87,5
Etre indépendant	5	31,2
Avoir un emploi	3	18,7
Faire de l'argent	10	62,5
Faire quelque chose que j'aime	3	18,7

Tableau 9 (suite)

Eléments	N	%
Temps de décision		
Moins de 3 mois	9	56,2
De 3 à 6 mois	4	25
De 7 à 12 mois	2	12,5
De 13 à 36 mois	1	6,2
Temps de réalisation		
De 1 à 6 mois	4	25
De 7 à 12 mois	5	3
De 13 à 19 mois	3	18,7
De 20 à 29 mois	1	6,2
De 30 à 36 mois	3	18,7

Dans l'ensemble, nous avons remarqué que moins de la moitié (43,7%) des créateurs interrogés ont cherché et/ou identifié une idée d'affaires de façon formelle, l'entreprise créée est tout simplement une suite logique, un prolongement de leurs occupations antérieures, à la différence que ces individus travaillent pour eux-mêmes.

L'enquête révèle aussi que peu d'entrepreneurs (25%) ont exploré la valeur de leurs idées d'affaires de façon formelle. En revanche, tous les créateurs rencontrés ont suivi les trois dernières étapes du processus de création d'une entreprise: ils ont identifié les besoins en ressources humaines, physiques et financières et les moyens de les obtenir, de même que l'endroit pour installer l'entreprise. Ils ont ensuite mis en application leur projet d'affaires, c'est-à-dire qu'ils sont passés à l'action, en réunissant de façon effective les différentes ressources et ont finalement lancé leur entreprise.

Donc, nous pouvons dire que les entrepreneurs interviewés ont identifié une idée et une opportunité d'affaires, ont ensuite identifié les besoins en ressources et les moyens de les obtenir, puis, ont mis à exécution leur projet d'affaires et finalement, ont lancé leur entreprise.

L'enquête révèle que parmi les entrepreneurs avec des associés, tous ont accepté de se lancer en affaires avec un ou des partenaires pour des raisons financières, ils avaient tout simplement besoin de quelqu'un avec qui, ils pouvaient partager les frais de création de l'entreprise. En deuxième position, vient la complémentarité au niveau des connaissances,

des expériences professionnelles (57,1%), ensuite vient le motif de la répartition des risques rattachés au projet d'entreprises (42,8%) et enfin, la crédibilité vis-à-vis les institutions financières (14,2%). Par ailleurs, les conflits de personnes (77,7%) et les conflits d'intérêts (55,5%) sont les deux principaux éléments qui ont incité la majorité des P.D. à ne pas prendre de partenaires.

Les principales raisons qui ont motivé la décision de ces entrepreneurs de se lancer en affaires sont: être son propre patron (87,5%), faire de l'argent (62,5%) et être indépendant (31,2%). La majorité (81,2%) des créateurs ont mis six mois ou moins pour se décider effectivement à créer leur propre entreprise et 18,7% ont mis de sept mois à trois ans pour prendre la même décision. Tandis que pour la mise sur pied du projet, les proportions sont à peu près équivalentes, 56,2% ont mis un an ou moins et 43,6% ont mis plus d'une année pour élaborer et concrétiser véritablement leurs projets respectifs. En moyenne, les créateurs ont mis six mois pour décider de créer leur entreprise et 16 mois pour concrétiser le projet d'entreprise.

4.3.1 Discussion

Si nous considérons les points de vue de Timmons, Smollen et Dingee (1986), nous pouvons dire que tous les créateurs ont recherché et/ou identifié une idée et une opportunité d'affaires, car selon ces auteurs la connaissance du domaine convoité (expériences et réseaux) ne fait qu'accélérer l'analyse de l'idée d'affaires (transformation de l'idée en

opportunité), mais cela ne signifie nullement que le créateur expérimenté "brûle" cette étape du processus de création d'entreprises.

Par ailleurs, nous pouvons dire que si souvent, une approche séquentielle est privilégiée dans l'explication du processus de création d'entreprises, c'est certainement pour pouvoir donner une trajectoire progressive et décomposée à ce processus afin de faciliter sa compréhension. En réalité, les étapes de ce processus sont beaucoup plus aléatoires que la littérature le prétend (Broehl, 1982), on pourrait même dire qu'il est contingent. Tout ceci pour dire que si, théoriquement, il existe un ordre à suivre pour créer une entreprise, en pratique, il n'y a pas d'ordre établi à respecter. Nos résultats confirment cette prise de position; en effet, la différence entre les entrepreneurs rencontrés, se situe au niveau de la rationalité dans la création d'entreprise.

En d'autres mots, ce processus peut passer par les étapes souvent mentionnées dans la littérature mais il n'est pas vrai d'affirmer que c'est un processus évolutif et séquentiel, car il peut dépendre de la connaissance du secteur visé, des expériences professionnelles, des moyens disponibles, du réseau d'affaires déjà constitué. On pourrait même dire que, selon ce que "vous êtes, vous savez et vous avez", le processus de création d'entreprises peut prendre une forme, une trajectoire plutôt qu'une autre.

Nous avons pu constater que six propriétaires-dirigeants sur sept qui ont accepté de prendre des associés, l'ont fait avec des amis ou des parents. C'est un avis qui est amplement partagé par Abdelali (1987) lorsqu'il dit que l'entrepreneur africain est parfois associé avec d'autres membres de sa famille, voire quelques amis, mais presque jamais avec de simples relations d'affaires.

Un peu plus haut, nous avons mentionné que 56,2% des entrepreneurs ont créé leur entreprise sans la participation d'associés, car ces entrepreneurs voulaient contrôler entièrement leur entreprise. Cette enquête révèle aussi que 43,7% de ces créateurs ont lancé leur entreprise avec l'aide de partenaires, mais il est important de souligner que ces entrepreneurs l'ont fait parce qu'ils n'avaient pas le choix, ils avaient besoin de l'apport financier de ces partenaires. Nous nous sommes aperçus que seulement 6,2% (soit un créateur) sur un total de 43,7% (ou sept créateurs) avaient des associés actifs, c'est-à-dire, qui travaillaient au sein de l'entreprise elle-même.

Les commentaires que nous avons recueillis auprès des entrepreneurs, nous permettent d'avancer que, même si les résultats démontrent que 7 des 16 créateurs ont eu des partenaires lors de la création de leur entreprise, en réalité, plus de 90% des entrepreneurs auraient souhaité créer seuls leur entreprise.

Certains créateurs ont sollicité l'aide de partenaires pour combler leurs limites personnelles, ce sont des limites autres que financières. Près de 44% de ces créateurs ont avoué avoir fait appel à d'autres personnes parce qu'ils ne pouvaient pas créer et lancer seuls l'entreprise car elles avaient des limites au niveau des expériences professionnelles et des connaissances, elles étaient peu disponibles.

Nous pouvons interpréter ce comportement des entrepreneurs comme étant la manifestation de la reconnaissance de l'importance d'être conscient de ses propres limites et de s'entourer de personnes dynamiques et adéquates pour la réalisation d'un projet, et cela, même si notre instinct nous commande d'être l'unique propriétaire-dirigeant. Ainsi (Bergeron, 1986), la compétence complémentaire est un atout lorsque le rôle et les responsabilités de chaque membre sont très bien définis dans le contrat d'association.

L'enquête a révélé que 6,2% des créateurs ont pris des associés, car aux yeux des responsables des banques, l'association renforcerait la crédibilité de l'entreprise (selon les P.D.). Pour ces derniers, des associés seraient tenus de tenir compte les uns des autres dans la gestion de leur entreprise, favorisant ainsi la primauté des intérêts de l'entreprise sur les intérêts personnels; cet avis est partagé par Bergeron (1986), car selon ce dernier, les bailleurs de fonds sont davantage enclins à favoriser la société que l'entreprise à propriétaire unique en raison de la responsabilité conjointe et solidaire qui lie les associés.

Par ailleurs, tous ceux qui ont refusé de prendre des associés, l'ont fait pour éviter d'être confrontés aux problèmes de conflits d'intérêts et de personnes. En d'autres termes, ces créateurs ne veulent pas s'attirer des ennuis, ils ne veulent pas avoir à convaincre continuellement un éventuel interlocuteur ou partenaire. Quand bien même que ce partenaire leur proposerait une participation financière et une participation active, ces créateurs ne sont pas du tout intéressés à accepter une tierce personne. En revanche, certains créateurs seraient prêts à accepter des associés, mais à condition que ces derniers s'impliquent aussi bien financièrement, que sur le plan du travail.

Le fait que 14 entrepreneurs sur 16 ont été motivés par le désir d'être leur propre patron et 5 sur 16, par l'idée d'être indépendant, cela vient corroborer la tendance des entrepreneurs à ne vouloir dépendre que d'eux-mêmes et à ne pas vouloir rendre de comptes à qui que ce soit. Les résultats obtenus nous indiquent clairement que les entrepreneurs rencontrés ont plusieurs motifs de création, dont: créer leur propre emploi, se faire de l'argent et faire quelque chose qu'ils aiment.

Ces motifs de création d'entreprises correspondent aux besoins souvent mentionnés pour décrire le profil psychologique de l'entrepreneur (McClelland, 1965; Ettinger, 1982; Richman, C. 1982). Mais au-delà de tout, ce qui préoccupe davantage les créateurs c'est d'être leur propre chef c'est ce motif qui semble être la locomotive des autres motifs.

Nous remarquons aussi que plus de la moitié (56,2%) des entrepreneurs ont pris, en moins de trois mois, la décision de créer leur entreprise. Nous pouvons interpréter cela, comme étant dû au fait que la plupart des créateurs se sont intéressés à des secteurs qu'ils connaissaient très bien, ayant accumulé beaucoup d'expériences dans ces secteurs. Ainsi, ils ont mis moins de temps à se décider, par opposition à un futur entrepreneur qui ignore les réalités du domaine dans lequel il souhaite travailler. Comme l'indique la position de Timmons, Smollen et Dinglee (1986), l'expérience pertinente de l'entrepreneur lui permet de déceler rapidement des opportunités d'affaires et donc raccourcit le temps de décision du créateur d'entreprise.

Cette interprétation est aussi valable pour le temps mis pour créer; en effet 56,2% des entrepreneurs ont lancé leur entreprise à l'intérieur des 12 mois suivant la prise de décision initiale. Mais il faut dire qu'il n'y a pas que la connaissance du domaine convoité (Vesper, 1981) qui est à considérer, le secteur industriel d'appartenance et les moyens disponibles de départ sont d'autres facteurs importants qui peuvent influencer sur le temps à mettre pour concrétiser un projet.

Si nous comparons ces résultats obtenus à l'issue d'une étude menée par Lorrain et Raymond (1988) auprès de 228 entrepreneurs québécois de P.M.E., nous pouvons dire que ces résultats suivent des tendances contraires. Ces deux auteurs sont arrivés à la conclusion que le temps moyen de réflexion avant de démarrer l'entreprise est de 28 mois, alors que le temps requis pour la mise sur pied de l'entreprise est d'environ cinq mois.

Cette différence au niveau des résultats peut être expliquée par les difficultés relatives à l'acquisition des ressources, à la complexité des procédures administratives, etc. En effet, les ressources seraient plus difficiles à acquérir en Côte d'Ivoire qu'au Canada; les autorités politiques canadiennes accordant beaucoup d'importance à l'essor de la P.M.E. ont mis sur pied plusieurs instruments pour favoriser la création de P.M.E. (bourses d'affaires, incubateurs d'entreprises, centres de création d'entreprises, groupes d'initiatives jeunesse, concours d'entrepreneuriat, etc.). Ainsi, toutes proportions gardées, le temps de création d'entreprises est plus long au Québec et au Canada qu'en Côte d'Ivoire.

4.4 Résultats: les sacrifices consentis et les difficultés rencontrées lors de la réalisation du projet, le degré de satisfaction des P.D. par rapport aux organismes privés et publics d'aide à la création d'entreprises

Dans cette partie, nous axons nos efforts sur les problèmes rencontrés et les sacrifices consentis par les créateurs, lors de la réalisation de leur projet. Nous tentons aussi de dégager le degré de satisfaction des entrepreneurs, par rapport aux organismes publics et privés d'aide à la création d'entreprises (voir tableaux 10, 11 et 12).

Tableau 10

Problèmes rencontrés lors de la réalisation du projet d'entreprise

Problèmes	N.	Coef. diff. moyen (1)	%
Difficultés de localisation industrielle	6	4	37,5
Difficultés d'obtention de prêt auprès des banques	12	5	75,0
Difficultés d'obtention de contrats publics	5	5	31,2
Difficultés de distribution des produits	2	3	12,5
Difficultés d'acquisition de matières premières sur le marché local	1	2	6,2
Difficultés à trouver du personnel compé- tent	2	2	12,5
Difficultés à se faire connaître sur le marché	3	3	18,7
Difficultés relatives aux formalités à remplir (compliquées)	3	3	18,7
Difficultés relatives à l'impôt et autres taxes à payer	4	3	25,0

1. Coefficient de difficulté: 5. énormément; 4. beaucoup;
3. modérément; 2. un peu; 1. pas du tout

Tableau 11
Sacrifices consentis lors de la réalisation du projet

Sacrifices	N.	%
Abandon d'emploi/carrière (sécurité d'emploi)	8	50,0
Concession salariale dans les premiers moments d'existence de l'entreprise	16	100
Santé physique/mentale (stress, fatigue)	16	100
Vie familiale	16	100
Vie sociale	14	87,5
Biens personnels	7	43,7

Tableau 12
Degré de satisfaction des entrepreneurs par rapport
aux organismes publics et privés d'aide à la création d'entreprises

Degré de satisfaction	N	%
Organismes privés		
Très satisfait	1	11,1
Assez satisfait	0	0,0
Satisfait	2	22,2
Peu satisfait	4	44,4
Pas satisfait	2	22,2
Ne s'applique pas à votre cas	7	43,7
Organismes publics		
Très satisfait	1	11,1
Assez satisfait	0	0,0
Satisfait	3	33,3
Peu satisfait	2	22,2
Pas satisfait	3	33,3
Ne s'applique pas	7	43,7

Lors de la réalisation de leur projet d'affaires, les créateurs ont rencontré des difficultés que notre enquête nous a permis d'identifier. Les quatre difficultés majeures rencontrées par ces entrepreneurs sont les suivantes: les difficultés d'obtention de prêts auprès des banques (75%), les difficultés de localisation industrielle (37,5%), les difficultés d'obtention de contrats gouvernementaux (31,2%), les difficultés relatives aux charges fiscales (25%). Il y a aussi d'autres difficultés que nous pouvons qualifier de secondaires, mais omniprésentes quand même; ce sont les difficultés de distribution de produits (12,5%), les difficultés à trouver du personnel compétent (12,5%), les difficultés à se faire connaître sur le marché (18,7%), les difficultés relatives aux formalités à remplir (18,7%) et enfin, les difficultés d'acquisition de matières premières sur le marché local (6,2%). Les difficultés de localisation industrielle, d'obtention de prêts auprès des banques et d'obtention de contrats publics ont les coefficients de difficultés les plus élevés. Respectivement, les coefficients enregistrés sont 4 et 5 (c'est-à-dire 4. beaucoup; 5. énormément).

Tous les 16 entrepreneurs visités sont d'accord pour dire que la concession salariale dans les premiers moments d'existence de l'entreprise, la santé physique et mentale (fatigue, stress) et la vie familiale sont les principaux sacrifices qu'ils ont dû consentir pour la réalisation de leur projet. Ils ont aussi mentionné que l'abandon d'emploi (huit créateurs), la vie sociale (14 créateurs) et les biens personnels (sept créateurs) ont constitué des sacrifices pour eux, quoiqu'ils les considèrent comme secondaires.

Dans l'ensemble, il est difficile de se prononcer sur le degré de satisfaction des entrepreneurs rencontrés par rapport aux organismes publics d'aide à la création (les incubateurs d'entreprises, ministère de l'Industrie et du Commerce dans son ensemble) que par les organismes privés (les banques). En ce qui concerne les organismes privés, seulement 11,1% de notre échantillon sont très satisfaits de leur contribution à la création de P.M.E. Dans le même ordre d'idées, 22,2% sont satisfaits, 44,4% sont peu satisfaits et 22,2% ne sont pas satisfaits.

En ce qui concerne les organismes publics, les statistiques sont à peu près les mêmes; 11,1% sont très satisfaits, 33,3% sont satisfaits, 22,2% sont peu satisfaits et 33,3% ne sont pas satisfaits. Il est important de souligner qu'une proportion de 43,7% (organismes publics, 43,7% et organismes privés, 43,7%) de l'échantillon n'ont pas fait recours à ces organismes lors de la création de leur entreprise.

4.4.1 Discussion

La plupart (81,2%) des créateurs occupaient un emploi avant de créer leur entreprise, donc, ils avaient à court terme (1 à 5 ans), la sécurité d'un emploi et d'un revenu. Ils ont dû se contenter du strict minimum en attendant que leur situation financière s'améliore.

Etant très accaparés moralement par le souci de faire fonctionner adéquatement leur entreprise et physiquement par de nombreuses heures de travail, ils ont dû prendre très peu de vacances. Ces multiples

préoccupations les empêchent de mener une vie sociale et familiale harmonieuse, ils sont souvent absents de chez-eux et même lorsqu'ils sont présents, ils sont très préoccupés par leurs activités professionnelles.

L'interprétation que nous pouvons faire de ces observations est que, peu importe le niveau de développement du milieu, un propriétaire-dirigeant ou un entrepreneur consacre beaucoup de temps à son entreprise, sacrifiant du même coup sa santé, sa vie familiale et sociale, la sécurité d'emploi et de revenu et des biens personnels.

Les résultats de recherche menée par Lorrain et Raymond (1988) indiquent que les propriétaires-dirigeants consacrent en moyenne 46 heures par semaine à leur entreprise; la moitié y consacre 50 heures ou plus avec un maximum de 120. Cela semble se produire surtout dans les premiers moments d'existence de l'entreprise, au moment où les activités de l'entreprise sont concentrées entre les mains d'un petit nombre de personnes ou d'une seule personne.

Nos résultats ne nous permettent pas de conclure que les services offerts par les organismes privés et publics ne sont pas satisfaisants, étant donné qu'un pourcentage élevé de créateurs n'ont pas fait recours à ces services (43,7% au niveau des organismes publics) et qu'un fort pourcentage de créateurs n'ont pas été satisfaits de ces services (66,6% au niveau du privé et 55,5% au niveau du public).

Par ailleurs, 7 des 16 créateurs n'ont pas fait recours aux services des organismes, aussi bien publics que privés à cause, disent-ils de la complexité des procédures administratives, du fait qu'ils n'ont pas ressenti le besoin de le faire, du fait qu'ils ne voyaient pas l'utilité ou la pertinence d'une telle démarche.

Les difficultés retenues par les créateurs sont semblables à celles que la littérature (Kouadio, 1983; Diomandé et Al, 1986; Saubouin, 1985; Storey, 1985; ministère de l'Industrie de Côte d'Ivoire 1985) nous enseigne; en effet, notre enquête nous permet de constater que la formation et les compétences du futur entrepreneur sont limitées et constituent un obstacle.

Les futurs entrepreneurs rencontrent beaucoup de problèmes de financement de leurs projets (ce qui correspond aux points de vue du ministère ivoirien de l'Industrie, 1985 - Monckeh, 1987 - Peterson et Shulman, 1987 - Leibenstien, 1968 - Leff, 1978 - Baldwin, 1974 - Vihari, 1976 - Hirschman, 1958 - Moulignat et al, 1986 - Storey, 1985), la plupart de ces auteurs sont d'accord pour dire que les institutions financières sont au coeur des problèmes de financement de la P.M.E. Richard et Arocéna (1983) partagent le point de vue de ces auteurs et accordent la primauté à l'insertion de l'entrepreneur dans le réseau bancaire. Ces deux auteurs avancent que les expériences de réussite et la viabilité d'un projet ne sont pas suffisantes pour obtenir un prêt.

Dans le même ordre d'idées (Abdelali 1987), les relations avec les banques sont liées avec les mentalités locales; ainsi, l'octroi d'un crédit par une banque à un client, qui pourrait être refusé, selon les critères stricts de l'orthodoxie financière peut être accepté. Ces mentalités privilégient la personnalité et la position sociale du client (appartenance familiale, réseaux personnels) et dans une certaine mesure le projet, qui fait l'objet de la demande de financement.

Notre enquête nous a permis de réaliser qu'il est très important d'appartenir à un solide réseau social et administratif, il est plus ou moins important d'avoir des expériences de réussite et, enfin, il est possible de se passer d'un projet viable, pour l'obtention d'un prêt bancaire. Ces résultats sont confirmés par l'étude de Richard et Arocéna (1983).

La localisation de l'entreprise (37,5%) est un des problèmes soulevés par les créateurs rencontrés, c'est un point de vue largement partagé par le ministère ivoirien de l'Industrie (1985).

L'étude démontre aussi qu'il y a des difficultés au niveau de l'accessibilité des marchés, il s'agit d'aussi bien des marchés privés, que des marchés publics.

L'étude du ministère ivoirien de l'Industrie, confirme le fait qu'il est très difficile d'accéder aux marchés gouvernementaux. Dans le même ordre d'idées, les études de Storey (1985), de Kilby (1962),

de Neck (1976) et de Aluko (1973) retiennent les problèmes d'acquisition d'une part du marché privé. Cette situation empêche ces entrepreneurs de se faire connaître et donc, d'aller chercher, à moyen ou à long terme une part importante du marché.

Le code d'investissement et la fiscalité sont inadéquats pour la P.M.E.; à ce niveau, l'élément que les créateurs retiennent est la très lourde charge des taxes et des impôts à payer par les P.M.E. Ces derniers considèrent qu'en plus d'être confrontés à de fréquents problèmes d'ordre financier, ils doivent faire face à des charges fiscales très élevées pour leurs moyens. A ce problème, vient s'ajouter la question des procédures administratives qui ne manquent pas de rendre difficile la tâche des futurs entrepreneurs et des entrepreneurs qui sont déjà sur le marché. Ces résultats sont corroborés par les études de Abdelali (1987) et Aka Anghui (1989).

Les difficultés relatives aux problèmes de compétence et de formation font l'unanimité chez les auteurs consultés sur les barrières à la création de P.M.E. En effet, une formation professionnelle initiale et continue serait d'un apport appréciable pour ces entrepreneurs ou ces créateurs, car ceux-ci présentent plusieurs lacunes au niveau des techniques de gestion administrative et de production. Ils ne sont pas non plus préparés à la fonction d'entrepreneur, souvent ils confondent leur patrimoine économique personnel avec celui de l'entreprise et sont pressés de s'enrichir.

Une faible proportion (6,2%) des entrepreneurs ont affirmé avoir de la difficulté à acquérir des matières premières et à écouler leurs produits sur le marché local. Même si ces problèmes ne constituent pas les plus importants parmi ceux qui sont souvent retenus, il n'en demeure pas moins que les réseaux routiers, maritimes et aériens, les moyens de communication sont insuffisants et inadéquats.

Comme le dit Abdelali (1987), même lorsque l'acquisition de matières premières sur le marché local ne pose pas de problème, les matières secondaires comme les colorants, les colles industrielles, les ingrédients de toutes sortes sont importés; cette situation entraîne du même coup des frais supplémentaires, des retards dans les délais de fabrication et de livraison, etc.

Si nous examinons de plus près ces obstacles à la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire, nous nous apercevons que les entrepreneurs ont de la difficulté à se trouver des locaux faciles d'accès, près des principaux centres avec des frais de location ou d'acquisition raisonnables. En d'autres mots, une situation géographique qui leur permettrait de limiter différents coûts et de desservir aisément et adéquatement les marchés. Evidemment, il n'est pas facile d'obtenir un local qui remplit les conditions mentionnées ci-dessus, en revanche, l'on peut atteindre les mêmes buts en orientant ses efforts vers d'autres ressources.

Les entrepreneurs ont reproché aux banques leur manque de coopération à l'égard des P.M.E. Ils avancent que les banques ont des programmes de financement qui ne leur facilitent pas l'accès; ils trouvent que les taux d'intérêts sont élevés, les garanties sont importantes, les formalités à remplir pour des prêts sont fastidieuses, etc. Même si les banques ne semblent pas partager les problèmes des P.M.E., il ne faut pas perdre de vue le fait que le banquier est, à toutes fins pratiques, un commerçant; dans ce sens, il a besoin de s'assurer qu'il rentrera en possession de son argent avec les intérêts qui l'accompagnent.

Les entrepreneurs qui ont soutenu qu'il y a des problèmes au niveau des contrats ont axé leur argumentation sur le fait que la distribution des contrats gouvernementaux est faite de façon anormale. Ainsi, plusieurs contrats publics seraient attribués à des individus qui n'auraient aucune compétence dans le domaine pour lequel le contrat a été attribué, ou tout simplement, ces contrats seraient confiés à des individus pour la distribution, qui s'érigeraient en très peu de temps en concurrents des entrepreneurs oeuvrant déjà sur le marché, ainsi s'approprieraient une part du marché. En d'autres termes, il y aurait beaucoup de complaisance dans l'octroi des contrats publics, c'est en cela que ce type d'agissement constitue un obstacle à la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire.

Les entrepreneurs rencontrés sont tellement orientés vers la production de leurs produits, qu'ils perdent de vue l'importance de l'écoulement de ces produits sur le marché, ainsi développent très peu

d'outils pour la distribution. Cette attitude s'est sans doute installée parce que l'Etat a toujours été le principal client de ces entrepreneurs, mais aujourd'hui la situation a changé, car le gouvernement est de plus en plus absent sur certains marchés, comme celui du bâtiment. Ce qui expliquerait probablement la difficulté à se faire connaître sur le marché.

A l'exception des bureaux d'études en gestion, les P.D. des autres entreprises n'ont aucune notion de gestion, en revanche, ces derniers ont pour la plupart appris leur métier sur le tas, donc ces P.D. ont besoin de formation, de recyclage et d'informations pour améliorer leurs compétences.

Les entrepreneurs que nous avons rencontrés, ont mentionné que leur fragilité financière leur permet difficilement, de faire face aux impôts et aux autres taxes rattachés au fonctionnement de l'entreprise. Ces entrepreneurs considèrent que leurs contributions à ce chapitre, excèdent leur capacité à payer. Selon eux, ces charges ne peuvent inciter des entrepreneurs potentiels à se décider à créer des entreprises. Toutes ces remarques pourraient signifier, que l'Etat devra se pencher davantage sur la situation des P.M.E. par rapport à la fiscalité ivoirienne. Si l'Etat a toujours adapté la fiscalité du pays aux diverses politiques d'attraction et de promotion des grandes entreprises, il est important que les autorités adoptent la même attitude à l'égard des P.M.E., car cette catégorie d'entreprises est un partenaire économique avec qui il va falloir compter.

4.5 Les réseaux d'affaires et la structure du capital des entreprises visitées

Cette partie a pour but de mettre en relief les réseaux d'affaires des créateurs; ainsi, nous nous intéresserons plus particulièrement au nombre de personnes consultées par ces créateurs avant et pendant la réalisation de leur projet, à la fréquence pour développer et entretenir des contacts durant la période de préparation de leur projet, aux rôles respectifs des membres du réseau des créateurs dans la concrétisation du projet, à la taille de ce réseau, à la structure du capital de notre échantillon. (voir tableaux 13 et 14).

Nos résultats indiquent qu'en moyenne la taille des réseaux des entrepreneurs, au chapitre du nombre de personnes consultées avant la décision de créer l'entreprise est de 12,2 personnes et de 15,1 pour le nombre de personnes consultées lors de la création de l'entreprise.

Pour mieux apprécier la taille globale du réseau de l'entrepreneur, nous avons calculé une nouvelle moyenne à partir des deux moyennes ci-dessus. Nous procédons de cette façon car certaines personnes consultées avant la décision de créer l'entreprise, figurent parmi celles qui ont été consultées lors de la création d'entreprises elle-même; ainsi, nous estimons pouvoir réduire les effets d'un double comptage. Nous obtenons une taille globale du réseau de l'entrepreneur qui est de 13,6.

Tableau 13
Nombre de personnes consultées par les propriétaires-dirigeants

Nombre de personnes consultées	Avant le projet		Pendant le projet	
	N	%	N	%
1-5	3	18,7	1	6,2
6-10	5	31,2	4	25,0
11-15	3	18,7	3	18,7
16-20	1	6,2	3	18,7
21 et plus	4	25,0	5	31,2

Tableau 14
Importance des rôles respectifs des membres du réseau du propriétaire-dirigeant
dans la création de l'entreprise

Membres du réseau	Ressources financières	Ressources physiques	Ressources humaines	Identification et analyse d'opportunités	Organisation des activités de création
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}
Amis	3,0	2,5	2,5	1,8	2,4
Parents	3,5	2,9	2	1,6	2,5
Collègues	0,6	0,5	0,5	0,3	0,5
Fournisseurs	0,3	1,3	1,3	0,3	0,3
Autres connaissances	1,5	1,7	1,4	1,1	1,4

\bar{X} = Echelle allant de 1 (pas du tout signification) à 5 (très significatif)

Avant de prendre la décision de se lancer en affaires, 49,9% des créateurs ont eu à consulter une dizaine de personnes ou moins, 24,9% ont consulté entre 11 et 20 personnes, finalement 25% de ces entrepreneurs ont consulté plusieurs personnes (21 personnes ou plus).

Lors du projet d'entreprise, ces mêmes entrepreneurs ont consulté respectivement 20 personnes ou moins, dans une proportion de 68,6% et 21 personnes ou plus, dans une proportion de 31,2%.

Pour ce qui est de la fréquence, nous utiliserons deux éléments de mesure: le nombre de fois par mois pour développer et entretenir des contacts durant la préparation du projet et le temps mis à chaque fois.

Notre enquête nous a permis d'obtenir une moyenne de 4,5 fois par mois et d'une heure à deux heures chaque fois. Cela signifie que les entrepreneurs rencontrés, passent en moyenne un peu plus d'une fois par semaine, leur temps à alimenter leurs réseaux d'affaires, ce qui est appréciable.

Pour la fréquence des contacts durant la préparation du projet d'entreprise, nous avons réalisé que la majorité (87,5% ou 14 P.M.E.) des créateurs ont avoué avoir passé pendant plus d'une fois par semaine, leur temps à développer et à entretenir leurs réseaux d'affaires. Deux entreprises seulement ou 12,5% ont affirmé avoir passé une fois par semaine, leur temps à développer et à entretenir des rapports d'affaires en vue de la mise sur pied de leur projet. Les contacts de ces créateurs dureraient en moyenne une heure à deux heures chaque fois.

Sur une échelle en cinq points (5. très significatif; 4. assez significatif; 3. significatif; 2. peu significatif; 1. pas du tout significatif), nous avons pu enregistrer les résultats suivants: dans l'acquisition de ressources financières, en moyenne, nous obtenons les notes 3,0 pour les amis du créateur et 3,5 pour les parents de ces derniers. Cela signifie en clair que les parents et les amis des créateurs ont joué un rôle important dans l'acquisition des ressources financières. Leurs collègues et leurs fournisseurs, de même que les autres connaissances interviennent très peu à ce niveau.

Pour ce qui est de l'acquisition des ressources physiques, les amis (2,5) et les parents (2,9) se démarquent nettement des autres membres du réseau, quoique leur apport soit plus ou moins significatif. Nous observons le même phénomène aussi bien, dans l'acquisition des ressources humaines (respectivement 2,5 et 2), que dans l'identification et l'analyse d'opportunités (1,8 et 1,6) et l'organisation des activités de démarrage de l'entreprise (2,4 et 2,5).

4.5.1 Discussion

Les résultats reliés au rôle de la famille et des amis (réseaux informels) dans l'acquisition des ressources financières, sont différents de ceux proposés par Birley Sue (1985), car selon elle, l'entrepreneur fait recours à son réseau formel (institutions privées ou publiques: banques, chambre de commerce, etc.) pour l'acquisition des ressources nécessaires (matières premières, équipements, employés, financement) à la mise sur pied de l'entreprise. Tandis que la famille et les amis agissent

comme des conseillers pour le choix du site, les employés, les ventes, les sources de financement. Cette différence peut être expliquée par le fait que l'étude de Birley a été menée dans un pays industrialisé, confirmant ainsi les résultats de l'étude de Peterson et Shulman (1987). Les résultats de ces deux auteurs indiquent clairement que dans les pays développés, la recherche de ressources financières se fait auprès des banques essentiellement, tandis que dans les pays en développement, les parents et les amis sont les principales sources de financement de création d'entreprises.

Très peu d'études ont proposé des avenues pour interpréter la taille du réseau de l'entrepreneur, certains auteurs comme Aldrich, Rosen et Woodward (1986), se sont penchés sur la taille du réseau de l'entrepreneur, sans pour autant proposer de façon spécifique des éléments d'interprétation de cette variable. En revanche, ils ont fixé un nombre minimal de personnes à considérer (c'est-à-dire cinq personnes) pour l'évaluation de la diversité de réseau de l'entrepreneur.

Nous pensons que, si ces auteurs considèrent ce nombre, comme étant suffisant pour l'analyse de la diversité du réseau, alors nous pouvons nous permettre de l'utiliser pour l'interprétation de la taille globale du réseau. Cette taille globale est de 13,6, elle vaut plus de deux fois la taille minimale considérée (cinq personnes), alors nous pouvons dire que la taille du réseau des entrepreneurs rencontrés, est large et importante, elle est favorable à une forte densité de relations entre les membres du réseau.

Ces résultats sont confirmés par l'étude de Aldrich et Al (1986), qui, à l'issue d'une étude comparative entre des créateurs d'entreprises et des individus qui n'ont pas créé d'entreprises, remarquent que les premiers entretiennent beaucoup de relations par semaine et, pendant, un plus grand nombre d'heures que les seconds.

Ces résultats sont la preuve que, les entrepreneurs rencontrés sont conscients du fait que les réseaux sont une ressource importante, qu'il faut créer, si elle n'existe pas ou développer si elle existe déjà. Cela signifierait selon les auteurs ci-dessus, que le degré d'accessibilité des ressources pour ces entrepreneurs est élevé et théoriquement, devrait leur permettre d'avoir accès facilement aux ressources, en vue de mettre sur pied leur entreprise. Cette interprétation est fondée sur l'argument selon lequel le succès dans la recherche et l'acquisition des ressources, est directement proportionnel ou, tout au moins relié à la fréquence des contacts dans les réseaux (Aldrich et Al, 1986).

C'est une approche qui est dans une certaine mesure mécanique, car l'accessibilité des ressources recouvre plusieurs dimensions, dont la qualité, l'intensité et la diversité des composantes du réseau. La taille et la fréquence sont nécessaires, mais ne sont pas suffisantes pour générer des opportunités d'acquisition de ressources. La qualité (la qualité d'un contact ou d'un membre du réseau se mesure par sa capacité à fournir facilement et rapidement des informations pertinentes, à introduire le futur entrepreneur auprès de personnes-ressources, à

faciliter l'accès à différents réseaux commerciaux, administratifs, bancaires et sociaux), l'intensité (l'importance que chaque membre du réseau accorde à ses relations avec un autre membre) et la diversité (se mesure par les domaines d'activité ou d'intervention de chaque membre du réseau) sont des éléments qui jouent un rôle important dans l'explication de l'accessibilité des ressources. En termes clairs, le tout n'est pas d'avoir un grand nombre de personnes dans son réseau, ni de les rencontrer régulièrement; il est très important d'avoir des contacts de qualité, appartenant à divers champs d'intervention et qui sont prêts à s'impliquer véritablement.

Les résultats de l'étude d'Aldrich et Al (1986) confirment partiellement notre point de vue; ces auteurs arrivent à la conclusion que la création d'entreprises est liée à la taille et à la diversité du réseau, de même qu'à l'accessibilité des ressources.

Dans un tout autre ordre d'idées, l'enquête révèle que, seuls les parents et les amis des entrepreneurs rencontrés se sont véritablement impliqués dans le démarrage du projet. Ils se sont manifestés davantage au niveau des ressources financières, physiques, humaines et au niveau de l'organisation des activités de création. Nous nous apercevons nettement que l'implication financière des parents (3,5) et des amis (3,0) est d'une importance significative.

Ces résultats sont confirmés par l'étude de Peterson et Shulman (1987); ces auteurs ont mené une étude sur la participation

financière des parents et des amis, dans 12 pays d'Europe, d'Amérique, d'Afrique et d'Asie. Ils arrivent à la conclusion que dans les pays développés, 77% des entrepreneurs-créateurs d'entreprises n'ont pas bénéficié de l'aide financière de parents et d'amis, contre 23% qui ont bénéficié d'un tel support. Le rapport est à peu près inverse dans les pays en développement; 67% ont bénéficié du support financier des parents et des amis, contre 37% qui n'ont pas eu d'aide de ce type.

Pour redoubler et prolonger ces résultats, ces auteurs ont tenté de dégager l'importance accordée à l'aide financière, venant de parents ou d'amis; une fois de plus, il apparaît très clairement que cet apport financier est essentiel pour la mise sur pied de l'entreprise, dans les pays en développement (55% dans les pays en développement contre 19% dans les pays industrialisés).

Nos résultats indiquent que les fournisseurs ont très peu participé au démarrage des entreprises visitées, ces résultats contredisent les résultats obtenus par Peterson et Shulman (1987). Selon ces auteurs, à l'exception du Japon qui reconnaît l'importance de la participation des fournisseurs, dans une proportion de 51%, tous les autres pays ont enregistré un pourcentage situé entre 77% et 93%. Cela signifie tout simplement qu'aussi bien les pays en développement que les pays développés sont unanimes sur le rôle essentiel des fournisseurs dans la création d'entreprises. Evidemment, cette contradiction peut être attribuable à la faiblesse de la taille de notre échantillon et de ses caractéristiques (secteurs d'activité, âge, taille de l'entreprise...).

A la lumière des résultats obtenus, nous pouvons tenter de dégager une structure moyenne du capital des P.M.E. en Côte d'Ivoire. Nous remarquons que la première source de financement de projet est constituée par les parents et les amis. Cela voudrait dire que dans ce pays, comme dans les pays en développement, la structure du capital (pour la création d'entreprises) prend son envol dans l'environnement immédiat de l'entrepreneur, avant de se propager et d'atteindre les institutions officielles oeuvrant sur les différents marchés.

Selon l'étude de R. Peterson et J. Schulman (1987), les banques interviennent dans la structure du capital (dans les pays en développement) très tardivement, en général, lorsque l'entreprise est bien établie, par opposition aux entrepreneurs issus de pays industrialisés où l'entreprise s'adresse très tôt aux banques (dès le stade d'existence).

Dans le même ordre d'idées, le partenariat est très peu développé, de même que l'utilisation d'épargnes publiques. Essentiellement, nous pouvons retenir que la structure de capital des entreprises visitées, a pour principales composantes les parents, les amis et les banques; les collègues, les fournisseurs, l'épargne publique sont des éléments secondaires.

Une politique de promotion de la création d'entreprises devrait prendre en considération les réseaux d'affaires des entrepreneurs, de même que la structure de capital des entreprises. Les réseaux d'affaires sont une ressource très importante pour l'entrepreneur (Johannisson B.,

1986) car l'établissement de réseaux permet de compenser les faiblesses inhérentes à la taille de l'entreprise et au manque de ressources.

Ces réseaux permettent aussi de remédier aux imperfections du marché local et de prendre des risques sur les marchés internationaux. Pour ces raisons, l'entrepreneur devra s'intéresser aux autorités politiques, aux groupes d'intérêts, c'est de cette façon qu'il pourra venir à bout des environnements de plus en plus turbulents.

4.6 Suggestions pour favoriser l'augmentation des P.M.E.

en Côte d'Ivoire

Ce volet a pour but de faire ressortir les améliorations à apporter à l'assistance des organismes privés et publics, d'aide à la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire, de même que quelques suggestions faites par les P.D. rencontrés. Ces propositions visent aussi à favoriser la création de P.M.E. dans ce pays (voir tableau 15 et annexe 5).

Selon les entrepreneurs, les organismes publics d'aide à la création de P.M.E. devraient pouvoir contrôler de façon systématique la qualité des produits ou des services offerts sur le marché (18,7%), leur pouvoir de recommandation devrait être redoublé par un pouvoir de décision véritable (50%), ces organismes devraient faciliter davantage l'acquisition de diverses ressources pour la mise sur pied de l'entreprise (31,2%). Les organismes privés devraient assouplir les conditions d'accès à leur programme de financement de création d'une entreprise (75%).

Tableau 15

Les améliorations à apporter à l'assistance des organismes privés et publics d'aide à la création de P.M.E. (selon les P.D.)

AMELIORATIONS	N	%
- Contrôle systématique de la qualité des produits/ services offerts sur le marché (O. Pc)(respect des normes de qualité)	3	18,7
- Pouvoir de décision en plus de leur pouvoir de recommandation (O.Pc)	8	50,0
- Faciliter l'acquisition des ressources aussi bien physique qu'humaines (ex.: locaux, équipements personnel compétent) (O.Pc)	5	31,2
- Assouplissement des conditions d'accès à leurs programmes de financement (O.Pr)	12	75,0
- Aider les promoteurs de P.M.E. au niveau des études de marché et de faisabilité (O.Pc)	6	37,5
- Participation à la gestion des contrats publics destinés aux P.M.E. (O.Pc)	14	87,5
- Favoriser les contacts entre les bailleurs de fonds et les futurs entrepreneurs (O.Pc)	7	43,7
- Faciliter le paiement de dettes gouvernementales aux entrepreneurs (ex.: réduire les délais de paiement) (O.Pc)	6	37,5
O.Pc: organismes publics		
O.Pr: organismes privés		

Les organismes publics devraient aider de façon effective et pratique les promoteurs de P.M.E. au niveau des études de marché et de faisabilité (37,5%), ils devraient pouvoir gérer un pourcentage des contrats publics destinés aux P.M.E. (87,5%), favoriser les contacts entre les bailleurs de fonds et les futurs entrepreneurs (43,7%) et faciliter le paiement des dettes gouvernementales aux entrepreneurs (37,5%).

A la lumière des problèmes rencontrés par les créateurs visités, des résultats de recherches menées en Côte d'Ivoire, de commentaires émis par des agents de centres de création et par d'autres entrepreneurs, nous dégagons des recommandations qui pourraient favoriser l'augmentation de P.M.E. en Côte d'Ivoire.

4.6.1 Recommandations

Les principales propositions sont les suivantes: réduire la bureaucratie relative aux démarches à suivre pour créer une P.M.E., réduire les charges fiscales des P.M.E., améliorer l'image des P.M.E. auprès des banques, préparer les futurs entrepreneurs aux difficultés associées à leur nouvelle fonction, valoriser la fonction sociale et économique de l'entrepreneur, inciter les banques et les institutions financières à venir en aide aux P.M.E., attirer l'attention des créateurs de P.M.E. sur la maîtrise ou la connaissance des outils de base de la gestion, les futurs entrepreneurs devraient bénéficier d'une aide gouvernementale au niveau de la formation et aussi, au niveau des études d'avant-projet, un suivi devrait être assuré auprès des P.M.E. naissantes, mettre sur pied des incubateurs industriels plus fonctionnels et des centres de création d'entreprises (mettre des moyens à leur disposition)

qui pourraient coordonner toutes ces activités, et enfin, des financiers étrangers et des banques internationales devraient être encouragés davantage à venir créer des entreprises en collaboration avec des nationaux.

Pour créer un certain dynamisme et renforcer l'efficacité des organismes publics d'aide à la création de P.M.E., il s'avère nécessaire de les rendre totalement responsables, en leur accordant une grande marge de manoeuvre, c'est-à-dire en leur accordant une autonomie réelle. Ces organismes sont les plus habilités à comprendre les problèmes des P.M.E., parce qu'ils travaillent continuellement avec elles. Jusqu'ici, le pouvoir de ces organismes est plus un pouvoir de recommandation qu'un pouvoir de décision. Nous ne prôtons pas une substitution du ministère de l'Industrie et du Commerce par ces organismes, en revanche, nous pensons seulement que les P.M.E. peuvent être mieux servies par des groupes qui sont très près d'elles et de leurs besoins.

Ce point de vue est celui des divers intervenants (entrepreneurs et fonctionnaires); à la lumière des différents commentaires recueillis auprès de ces derniers, nous élaborons un certain nombre de solutions susceptibles d'améliorer l'assistance des organismes aussi bien publics que privés.

En confiant à des organismes publics d'aide à la création d'entreprises (comme le C.A.P.E.N., centre d'assistance et de promotion de l'entreprise nationale), une certaine quantité de contrats publics, à attribuer à de futurs entrepreneurs ayant d'excellents dossiers d'affaires et disposant de moyens initiaux de démarrage du projet, on peut faciliter à court terme, le démarrage des entreprises naissantes.

Ces organismes devraient aller au devant des entrepreneurs potentiels pour les identifier et se faire identifier, faire la promotion des services qu'ils offrent (en organisant des concours des meilleurs projets d'entreprises ou d'autres types de projets, en mettant sur pied des projets pilotes pour la sélection de projets ou d'entrepreneurs, etc.). Dans le même temps, ils devraient lancer une vaste campagne de promotion et de sollicitation auprès de personnes physiques ou morales privées, afin que celles-ci puissent apporter leurs concours. La même démarche devrait être entreprise auprès du gouvernement.

Avec un réseau d'affaires très développé, des moyens financiers adéquats et une autonomie réelle, ces organismes devraient être capables d'aider de façon efficace et pratique les promoteurs de P.M.E. au niveau des études préalables au lancement de l'entreprise, ils devraient pouvoir mettre en contact bailleurs de fonds et futurs entrepreneurs, s'assurer que ces nouveaux entrepreneurs offriront des produits ou des services de qualité, faciliter l'acquisition de locaux, d'équipements et de personnels compétents. Ces organismes devraient attirer l'attention du gouvernement, sur les conséquences rattachées aux retards dans les paiements de ses dettes aux entrepreneurs.

De plus en plus les institutions financières, surtout les banques, constituent des cellules P.M.E. qui sont des services d'assistance aux promoteurs de P.M.E. et qui ont pour mission de venir en aide aux P.M.E. aussi bien en amont qu'en aval.

Selon les propos recueillis auprès des entrepreneurs rencontrés, pour atteindre leur mission, les banques devraient rendre accessibles leurs différents programmes d'intervention, en assouplissant les barrières à l'entrée et en tenant compte des vrais problèmes de la P.M.E. (ex.: besoin réel de fonds de roulement disponible et suffisant). Les organismes publics d'aide à la création P.M.E. ont besoin du concours du gouvernement pour sensibiliser les intervenants privés en général et les banques en particulier sur l'importance de l'aide aux P.M.E.

Nous nous rendons compte qu'essentiellement l'augmentation des P.M.E. en Côte d'Ivoire passe par plusieurs axes, dont la formation et la sensibilisation de l'entrepreneur potentiel par rapport à la fonction d'entrepreneur, l'aide des banques et de l'Etat en diverses ressources (physiques, humaines et financières). Le facteur clé demeure à bien des égards, la disponibilité des capitaux.

L'Etat, par le biais d'incubateurs industriels et de centres de création d'entreprises pourrait canaliser tous ses efforts de promotion, de financement, de sensibilisation, de formation et d'information et ainsi, favoriser la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire. Le gouvernement pourrait jouer un rôle "tampon" ou le rôle d'entremetteur entre les futurs

entrepreneurs et tous les organismes privés susceptibles d'aider ces entrepreneurs. Des prêts pourraient être garantis en partie ou en totalité, des études de faisabilité et de marché pourraient être financées (à partir des banques de projets sélectionnés parmi des projets de finissants d'écoles techniques et professionnelles).

Il faut souligner que l'Etat pourrait intervenir à des niveaux qui dépassent les compétences des incubateurs industriels (ex.: les accords avec les banques, politiques de sensibilisation sur la promotion de la P.M.E., contrôle des charges fiscales et des procédures administratives, intervention auprès de financiers étrangers...). Mais au niveau de l'application des mesures d'incitation, de la coordination des activités de démarrage, de la formation et de la préparation des futurs entrepreneurs, de la gestion d'un portefeuille de contrats publics, du suivi des entreprises naissantes, ces responsabilités doivent être entièrement confiées aux incubateurs d'entreprises et aux centres de création d'entreprises avec les moyens de réalisation.

L'administration de façon générale, est complexe et lente, elle est à l'opposé des besoins du créateur d'entreprise toujours soucieux d'efficacité, de rapidité et d'information (Arocéna et Al, 1983), c'est pourquoi, si nous voulons faciliter la tâche au créateur d'entreprise, nous devrions mettre des informations pertinentes à sa disposition et réduire au maximum les procédures administratives.

Les futurs entrepreneurs devraient être préparés à leur nouvelle fonction, cette préparation devrait mettre un accent particulier sur les contraintes relatives à l'exercice de cette fonction. L'attention du futur entrepreneur devrait être attirée sur le quotidien de l'entrepreneur et les difficultés qui s'y rattachent ou qui peuvent s'y rattacher.

Ces futurs entrepreneurs pourraient bénéficier d'une formation administrative, leur permettant d'évaluer leur projet d'entreprise ou tout autre projet d'investissement. Il s'agit aussi de mettre à la disposition de ces personnes des outils de base dans le domaine de la gestion qui peuvent leur permettre d'évaluer la performance de leur entreprise et de savoir quelles mesures prendre pour remédier aux problèmes.

Dans un autre ordre d'idées, il est nécessaire de faire la promotion de la P.M.E. et de la fonction sociale et économique de l'entrepreneur dans la population en général. Cette promotion pourrait se faire par le biais d'annonces publicitaires, de séminaires, de colloques, d'expositions, de foires commerciales, de communications sur l'entrepreneuriat et la P.M.E. Cette opération de sensibilisation doit s'adresser particulièrement à divers groupes professionnels, aux fonctionnaires, aux étudiants ainsi qu'aux techniciens appartenant à tout corps de métiers. Le but de cette campagne est double: présenter la fonction de l'entrepreneur comme un idéal à atteindre et aussi présenter la P.M.E. comme un outil important de croissance et de développement socio-économique.

Une promotion efficace de l'entrepreneur et de la P.M.E. , conjuguée avec une intervention énergique de l'Etat auprès des banques et des institutions financières, devraient améliorer l'image des P.M.E. et leurs relations avec ces institutions. Ainsi, les P.M.E. pourraient bénéficier de l'appui de l'Etat et de ces organisations.

Le partenariat local (entre nationaux) et le partenariat semi-local (nationaux et étrangers) sont des voies d'avenir, dans la mesure où ils prolongent très bien les efforts de création de P.M.E. C'est une option qui est encouragée par Abdelali E.E. (1987); pour lui, la promotion de l'esprit associatif dans les affaires, canaliserait plusieurs capitaux vers des investissements où l'apport d'un seul entrepreneur serait insuffisant. Cette association pourrait se faire grâce à l'apport d'investisseurs nationaux et étrangers. Ce partenariat pourrait aussi se faire par la mise sur pied d'un panier de capitaux alimenté par les consommateurs à faibles revenus et à revenus intermédiaires. Cette forme d'association peut être d'une grande utilité financière pour les P.M.E. locales.

Par ailleurs, en plus de confier une certaine quantité de contrats publics aux incubateurs d'entreprises, l'Etat devrait préciser et divulguer les critères d'octroi de ces contrats, il devrait aussi s'assurer que ces critères sont respectés. Ces marchés devront être attribués à ceux qui le méritent et qui en ont besoin réellement, il ne doit pas non plus y avoir de distributeurs ou d'intermédiaires entre l'organisme qui attribue ces contrats et l'entreprise qui les obtient.

A toutes fins pratiques, nous pouvons dire que les suggestions pour favoriser l'augmentation des P.M.E. en Côte d'Ivoire, vont dans le même sens que le modèle proposé par Shapero (1975) et amélioré par Belley (1989); ces auteurs expliquent la création d'entreprises par les facteurs de crédibilité, de faisabilité, de discontinuité et aussi, par les facteurs psychologiques. Mais, Belley fait ressortir l'importance de l'identification de l'opportunité d'affaires. En d'autres termes, une meilleure connaissance de la création d'entreprises, passe par la prise en considération de l'individu, de ses caractéristiques psychologiques et son potentiel entrepreneurial, de circonstances appropriées (discontinuités), de modèles (images d'imitation) et de ressources nécessaires à la mise sur pied de l'entreprise (faisabilité).

4.7 Discussion - synthèse des résultats

Nos résultats montrent qu'en moyenne, les entrepreneurs ont 35 ans, cette moyenne d'âge entrepreneurial est identique à celle, proposée par Lorrain et Raymond (1988). Les résultats relatifs au rang familial indiquent que les entrepreneurs ne sont pas les aînés de leur famille; cela pourrait être le fait de la faible taille de notre échantillon et du nombre élevé d'enfants par famille ivoirienne, par opposition aux familles occidentales. Les entrepreneurs rencontrés se sont lancés en affaires, dans des domaines qu'ils connaissent, afin de pouvoir réduire les risques d'erreurs, surtout, au niveau de la production du bien ou du service à offrir. Le nombre moyen d'années de scolarité de notre échantillon est de 12 ans, cette moyenne aurait été différente si nous avions choisi des secteurs de hautes technologies ou des entreprises provinciales.

Plus de la moitié des entrepreneurs rencontrés n'ont pas voulu s'associer, car ils souhaitent garder le pouvoir et contrôler tout seul l'entreprise. Ceux qui ont pris la décision de prendre des associés, l'ont fait pour bénéficier de la contribution financière et de l'expertise de leurs associés. Ils se sont associés à d'autres personnes afin de pouvoir partager les risques du projet et aussi renforcer la crédibilité du projet aux yeux des prêteurs.

L'enquête nous a permis de réaliser que tous les entrepreneurs visités ont suivi formellement ou informellement, les étapes souvent associées au processus de création d'entreprises. Ils ont eu une idée d'affaires, l'ont transformée en opportunités d'affaires et ont mobilisé les ressources nécessaires à la mise sur pied de leur projet. La différence fondamentale entre les différents entrepreneurs, est l'impact de la connaissance ou non du domaine convoité sur le processus de création.

Les principaux motifs qui ont amené les entrepreneurs à se lancer en affaires, sont reliés aux attributs souvent associés à l'entrepreneur; ils sont motivés par le désir d'être autonome et indépendant et donc, d'être leur propre patron, de relever de nouveaux défis (Belley, Dussault, Lorrain, 1989). La plupart des entrepreneurs ont mis peu de temps, pour prendre la décision de créer une entreprise, cela étant dû à la connaissance du domaine d'affaires. Ces mêmes entrepreneurs ont mis beaucoup de temps pour réaliser leur projet, les difficultés relatives à l'obtention des capitaux sont à l'origine de ce retard.

Les résultats de notre enquête ne nous permettent pas de conclure, sur la qualité des services offerts par les organismes d'aide à la création d'entreprises. Nous retenons cette conclusion, car un pourcentage élevé d'entrepreneurs n'ont pas fait recours à leurs services. La plupart des difficultés rencontrées par les entrepreneurs, sont des problèmes rattachés à la localisation industrielle, à l'obtention de prêts bancaires et de contrats publics, à l'acquisition de matières premières sur le marché local et de personnel compétent, aux formalités administratives, aux paiements des impôts. En un mot, les principales difficultés rencontrées par le créateur d'entreprises, sont générées par l'incompréhension des problèmes réels des P.M.E. par les institutions financières et par le gouvernement. L'assouplissement des conditions d'accès aux différents programmes d'acquisition de ressources financières, physiques et humaines, peut être d'un grand apport pour l'entrepreneur potentiel. La résolution de ces problèmes pourrait être facilitée, si les entrepreneurs sont bien préparés administrativement, techniquement et "entrepreneurialement".

Dans la création d'entreprises, le rôle de la famille et des amis diffère, ce que l'on passe d'un milieu industrialisé à un milieu en développement. En effet, nos résultats indiquent que les parents et les amis participent activement à l'obtention des ressources, tandis que ce sont les institutions qui jouent ce rôle dans les pays développés. D'une manière générale, les réseaux, qu'ils soient formels ou informels, jouent un rôle très important dans la réalisation d'un projet d'entreprises. Les réseaux sont une ressource très importante.

A la lumière des difficultés rencontrées par les entrepreneurs, de leurs commentaires et de notre vision personnelle, nous proposons des avenues pour favoriser la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire. Ces avenues passent par l'assouplissement des conditions de financement, la révision des taux d'imposition, la formation et la préparation des futurs entrepreneurs, l'attribution adéquate des contrats de l'Etat, l'autonomie des incubateurs, la mise sur pied de centres de création d'entreprises, l'insertion de ces futurs entrepreneurs dans les réseaux bancaires, administratifs, commerciaux et sociaux et par l'implication de la population en général.

CONCLUSION

La contribution de notre étude se situe au niveau du fait que, rares sont les études qui se sont intéressées aux problèmes de création de P.M.E. et aux réseaux d'affaires des entrepreneurs en Côte d'Ivoire. Cet apport est considérable dans la mesure où la P.M.E. est devenue une alternative très importante de développement et de croissance économique et l'insertion des futurs entrepreneurs dans les réseaux d'affaires, un impératif sans mode d'emploi en contexte ivoirien. Cette étude représente l'une des études qui adoptent une approche intégrée des réalités des pays développés et des pays en développement pour la mise sur pied d'un cadre conceptuel qui tienne compte des variables représentatives de notre objet d'étude.

Cette recherche a permis d'identifier les problèmes de création d'entreprises auxquels sont confrontés les entrepreneurs en Côte d'Ivoire et aussi, de dégager l'ampleur des réseaux d'affaires de ces entrepreneurs et l'importance de ces mêmes réseaux dans l'accessibilité des ressources pour la création d'entreprises.

Théoriquement, nous pouvons dire que l'étude a permis de reconstituer le processus de création d'entreprises des entrepreneurs rencontrés, d'évaluer la fréquence, la taille et l'accessibilité des ressources à partir de l'importance relative des réseaux d'affaires, de suggérer une structure du capital de ces entreprises. En pratique, l'identification

des problèmes de création d'entreprises devra permettre de mieux répondre aux besoins du futur entrepreneur et d'inciter à la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire.

Les résultats et conclusions de cette étude devraient permettre la constitution d'outils stratégiques, immédiatement utilisables et adaptés aux réalités ivoiriennes, afin d'aider les futurs hommes et femmes d'affaires. A la lumière de ces résultats, nous pouvons avancer que nous avons atteint nos objectifs, mais pour valider les résultats obtenus, nous devrions élargir l'étude à la grandeur de la Côte d'Ivoire dans son ensemble.

Malgré ces apports, notre étude recouvre sans doute plusieurs frontières théoriques, analytiques et méthodologiques, mais nous en retiendrons quelques-unes pour illustrer les limites de notre travail. Ainsi, l'essentiel de la littérature utilisée pour la conception du cadre théorique, reflète les réalités des pays industrialisés, il aurait fallu utiliser une littérature entièrement ivoirienne ou tout au moins relative aux pays en développement. La liste des variables retenues pour l'étude n'est pas exhaustive, mais a tout de même le mérite d'être représentative à bien des égards.

Nous avons tenté d'étudier les réseaux d'affaires des entrepreneurs, comme une entité formelle et observable, mais en réalité, les réseaux même s'ils existent, sont invisibles, secrets et non-observables pleinement, de façon rationnelle et scientifique. Malgré tout, ils

demeurent omniprésents dans la vie quotidienne de l'entrepreneur. Ainsi, on peut se demander si les outils utilisés pour étudier les réseaux sont adéquats cela pose le problème de la validité interne des instruments de mesure.

Notre analyse a été faite à partir des commentaires recueillis auprès d'entrepreneurs, cette façon (c'est-à-dire par entrevue, par opposition à l'observation directe) comporte des biais et a des répercussions sur les résultats et donc, les conclusions de l'étude. L'analyse des problèmes rencontrés par les entrepreneurs et les solutions à y apporter, pourraient être plus détaillées et plus approfondies, notre analyse est très globale et laisse peu de place à l'approfondissement des résultats sur les réseaux d'affaires, elle est limitée et mériterait une attention plus soutenue.

La faible taille de notre échantillon, le fait que cet échantillon est composé d'un petit nombre d'entreprises appartenant à différentes industries et la concentration de ces entreprises dans une même région, constituent un obstacle à la généralisation des résultats obtenus (problèmes de validité externe). Pour l'étude des réseaux (fréquence et taille), les outils de mesure des variables devraient être améliorés; nous avons utilisé la mesure de la diversité du réseau d'affaires de l'entrepreneur, pour l'interprétation de la taille du réseau, cette approche ne permet pas d'interpréter fidèlement la variable "taille".

Les conclusions, les résultats et les limites de cette étude nous amènent à proposer des avenues pour des recherches ultérieures. La présente recherche n'a pas pour but de dégager des théories, en revanche, elle constitue une source possible d'hypothèses de recherche. Une étude longitudinale sur la création de P.M.E. et le rôle des réseaux d'affaires dans la réussite ou l'échec de la réalisation de projets d'entreprises, mériterait une attention particulière. Dans la même ligne de pensée, parallèlement à une étude longitudinale, l'on pourrait mener une étude sur l'évaluation des mesures gouvernementales actuelles d'incitation et de promotion de la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire. Cela pourrait permettre d'améliorer, de renforcer ou de remplacer les mesures existantes afin de tenir compte des nouvelles contraintes sociales, économiques et politiques.

L'on pourrait analyser les réseaux d'affaires sous un angle plus pratique; on pourrait se demander, comment faciliter l'insertion des nouveaux entrepreneurs dans les réseaux bancaires, administratifs, commerciaux et sociaux.

Une autre étude pourrait être faite sur les formes de financement de la création de P.M.E., privilégiées par les entrepreneurs en Côte d'Ivoire. Ce type d'étude peut orienter les politiques d'aide au financement des P.M.E.

L'on pourrait aussi s'intéresser au rôle spécifique des réseaux de l'entrepreneur dans le processus de création de l'entreprise et aussi, au

cours des différents stades de son développement (c'est-à-dire lancement, croissance, maturité, saturation et déclin). Le rôle des réseaux pourrait être mis en relief par rapport à différents types d'entrepreneurs opérant dans différents contextes.

La même étude pourrait être faite, mais de façon sectorielle, ce type d'approche a l'avantage d'isoler un facteur aussi discriminant que l'appartenance sectorielle. Cela pourrait permettre de faire ressortir les plus petits et plus grands dénominateurs communs rattachés aux difficultés de création d'entreprises.

Finalement, l'on pourrait tenter de répondre aux interrogations de certains entrepreneurs que nous avons rencontrés; sauver les P.M.E. en difficulté ou créer de nouvelles P.M.E.? C'est une avenue de recherche qui laisse entrevoir des possibilités de solutions à nos préoccupations de départ dans cette étude.

Tout au long de cette étude, notre préoccupation majeure a été de mettre en exergue, les éléments susceptibles de favoriser la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire. A côté de cette principale préoccupation, nous avons voulu nous familiariser avec les réseaux d'affaires des entrepreneurs en Côte d'Ivoire.

Pour mieux appréhender les variables de création de P.M.E., nous les avons observées par le biais des difficultés que rencontrent les entrepreneurs, lors de la conception et de la réalisation de leur projet d'entreprises.

L'enquête que nous avons menée nous permet de dire que les futurs entrepreneurs ont de la difficulté à se localiser de façon optimale, ils ont aussi de la difficulté à obtenir des prêts auprès des banques, à trouver du personnel compétent.

Une fois sur le marché, ces entrepreneurs considèrent qu'il est très difficile d'obtenir des contrats gouvernementaux, cela étant essentiellement dû à l'appartenance ou non à un réseau administratif. Ces mêmes entrepreneurs trouvent que les charges fiscales appliquées aux P.M.E. sont lourdes et favorisent le découragement chez un bon nombre de nouveaux entrepreneurs.

Enfin, il y a aussi les difficultés relatives à la distribution efficace des produits, à l'insertion dans les marchés déjà constitués et les problèmes rattachés à la rareté ou à l'absence de certaines matières premières sur le marché local.

De façon générale, les résultats obtenus permettent d'avancer que la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire passe principalement par l'octroi judicieux des contrats offerts par le gouvernement, l'assouplissement des conditions d'accès aux programmes de financement des banques, des politiques favorisant la localisation industrielle optimale et par l'insertion des futurs entrepreneurs dans les réseaux bancaires, administratifs, commerciaux et sociaux.

De manière plus détaillée, pour venir en aide aux futurs créateurs d'entreprises, il faudrait accorder une réelle autonomie et des moyens financiers suffisants aux organismes d'aide à la création. Ces organismes devraient se faire connaître et faire connaître leurs services auprès des entrepreneurs potentiels, ces mêmes organismes pourraient mettre en contact bailleurs de fonds et futurs entrepreneurs. Les entrepreneurs potentiels devraient bénéficier de conditions de prêts bancaires et d'imposition préférentielles, leur formation entrepreneuriale et managériale devrait être une préoccupation majeure, ces futurs entrepreneurs devraient être judicieusement subventionnés par l'Etat, la recherche de ressources physiques et humaines devrait être facilitée pour cette catégorie d'agents économiques.

Toutes les variables expliquent les problèmes rattachés à la naissance de nouvelles P.M.E. en Côte d'Ivoire, quoique, dans une proportion plus importante, les difficultés de financement et d'insertion dans les différents réseaux d'affaires, demeurent de loin, les principaux obstacles à surmonter pour le futur entrepreneur. L'insertion dans les réseaux d'affaires, dans le contexte ivoirien est un facteur très important dans l'accès aux ressources nécessaires à la mise sur pied d'un projet d'entreprise.

Nos recommandations quoique globales, s'inscrivent dans le cadre d'une tentative de recherche de solutions, en vue de favoriser la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire. Le lecteur doit donc utiliser son meilleur jugement pratique et son savoir concernant l'acceptation d'une partie, du tout ou de rien du tout des conclusions et des recommandations de cette étude.

Les résultats obtenus dans cette étude, dans une grande mesure correspondent à ce que dit la littérature. Même si le problème de financement semble être au coeur des difficultés que rencontre le futur entrepreneur, il demeure que ce facteur n'est pas suffisant pour expliquer la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire.

Les différentes politiques d'incitation à la création de P.M.E., devraient avoir une portée multidimensionnelle, qui tienne compte du futur entrepreneur, de sa formation et de la préparation à exercer sa fonction d'entrepreneur, des ressources financières, de la sensibilisation de la population en général, etc. Pour que ces mesures soient efficaces, il est important qu'elles intègrent toutes ces dimensions.

Finalement, nous espérons que cette recherche aura permis de mettre en relief, l'importance de l'identification des besoins du futur entrepreneur de P.M.E. en Côte d'Ivoire, afin de l'aider efficacement. Cette recherche aura permis aussi de faire ressortir l'importance des réseaux d'affaires dans la recherche de moyens pour la création de P.M.E.

ANNEXE I

Le questionnaire d'enquête

LA CREATION DE P.M.E. EN COTE D'IVOIRE

Q U E S T I O N N A I R E

Ce questionnaire est utilisé pour l'interview de l'entrepreneur des P.M.E. visitées. Toutes les réponses et renseignements fournis demeureront strictement confidentiels et ne serviront qu'à des fins de recherche scientifique. Nous vous remercions pour votre collaboration.

Novembre 1988

1. IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE

1.1 Nom de l'entreprise: _____

Adresse: _____

1.2 Informateur principal:

Nom: _____

Poste: _____

Téléphone: _____

1.3 Propriété:

1. Ivoirienne

2. Autre, spécifiez: _____

1.4 Age de l'entreprise: _____ ans/mois

Nombre d'employés: _____

1.5 Secteurs d'activités de l'entreprise:

1. Entreprise de service

2. Entreprise commerciale

3. Entreprise manufacturière

4. Autre, spécifiez: _____

1.6 Sous-secteurs d'activités: _____

1.7 Forme légale de l'entreprise:

1. Propriétaire unique
2. Société avec associés
3. Société anonyme
4. Autre, spécifiez: _____

1.8 S'il y a des associés (es) ou des actionnaires, dites pour quelles raisons vous avez créé une entreprise avec la participation de tierce (s) personne (s) (cochez la/les case (s) correspondante (s)):

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> financières | 2. <input type="checkbox"/> disponibilité de temps (ne peut réaliser le projet, tout seul, par manque de temps) |
| 3. <input type="checkbox"/> expertise (complémentarité au niveau des connaissances et des expériences) | |
| 4. <input type="checkbox"/> répartition des risques rattachés à ce type de projet | |
| 5. <input type="checkbox"/> suite à la sollicitation d'un associé | 6. <input type="checkbox"/> ne sait pas |

1.9 S'il y a lieu, combien avez-vous d'associés: _____

2. IDENTIFICATION DE L'ENTREPRENEUR

Volet 1: Caractéristiques de l'entrepreneur

2.1 Sexe:

1. Féminin
2. Masculin

2.2 Age: _____ ans

2.3 Nombre d'années de scolarité complétées: _____ ans

2.4 Dernier diplôme obtenu:

1. Primaire (C.E.P.E.)
2. Secondaire (B.E.P.C. - B.A.C.)
3. Universitaire (LICENCE - MAITRISE - DOC)
4. Autre, spécifiez: _____

2.5 Domaine de spécialisation (métier, technique, etc):

Volet 2: Expériences de travail

2.6 Avant la création de votre entreprise, quelle était votre situation:

1. Occupais un emploi
2. Sans emploi
3. Aux études
4. Autre, spécifiez: _____

2.7 S'il y a lieu, quelles sont vos expériences en gestion:

2.8 Nombre d'années en gestion: _____

2.9 Secteurs d'activités: _____

2.10 Dans quelles mesures, vos expériences personnelles et professionnelles vous ont-elles aidé à vous préparer à exercer votre fonction actuelle (cocher la ou les case (s) correspondante (s)):

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> identifier une possibilité d'affaires | 2. <input type="checkbox"/> analyser cette possibilité (études de faisabilité et de rentabilité) |
| 3. <input type="checkbox"/> constituer un dossier pour un emprunt bancaire | 4. <input type="checkbox"/> demander des subventions |
| 5. <input type="checkbox"/> acquérir les ressources physiques (matières premières, locaux, etc...) | 6. <input type="checkbox"/> acquérir les ressources humaines |
| 7. <input type="checkbox"/> faire recours à d'autres sources de financement | |
| 8. <input type="checkbox"/> produire votre produit/service et le distribuer | |
| 9. <input type="checkbox"/> trouver des clients | |
| 10. <input type="checkbox"/> trouver des fournisseurs | |
| 11. <input type="checkbox"/> gérer l'entreprise dans ses premiers moments d'existence | |
| 12. <input type="checkbox"/> autres, spécifiez: _____ | |

Volet 3: Famille

2.11 Votre rang parmi les enfants:

1. Aîné (e) _____
2. Autre rang _____

2.12 Aviez-vous un ou des membres de votre entourage qui étaient en affaires avant de créer votre entreprise (cocher la ou les case (s) correspondante (s)):

1. ☐ père 2. ☐ mère 3. ☐ frère 4. ☐ soeur
5. Autres parents, spécifiez: _____

3. DECISION DE CREER SON ENTREPRISE ET PREPARATION DU PROJET

3.1 Quels sont les raisons/motifs pour lesquels vous avez décidé de créer votre entreprise:

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> être indépendant | 2. <input type="checkbox"/> faire de l'argent |
| 3. <input type="checkbox"/> être mon propre patron | 4. <input type="checkbox"/> faire quelque chose que j'aime |
| 5. <input type="checkbox"/> avoir un emploi | 6. <input type="checkbox"/> autre, spécifiez: |

3.2 Comment avez-vous procédé pour créer votre entreprise (depuis l'identification d'une possibilité d'affaires, en passant par l'acquisition et l'organisation des ressources, jusqu'au démarrage de l'entreprise):

3.3 Combien de temps avez-vous mis pour décider de créer votre entreprise?

Nombre de mois: -----

3.4 Combien de temps avez-vous mis pour élaborer et concrétiser votre projet?

Nombre de mois: -----

4. DIFFICULTES RENCONTREES LORS DE LA CREATION

4.1 Quels sont les problèmes auxquels vous avez été confrontés lors de la création (avant et pendant le démarrage) de votre entreprise:

4.2 En utilisant l'échelle ci-dessous, indiquez le numéro qui correspond au coefficient de difficulté attribué à chaque problème (soulevé ci-dessus: 4.1)

Ne s'applique pas	Pas du tout	Un peu	Modérément	Beaucoup	Enormément
9	1	2	3	4	5

4.3 Quels sont les principaux sacrifices que vous avez consentis pour la réalisation de votre projet d'entreprise:

1. ☐ abandon d'emploi/carrière (sécurité d'emploi)
2. ☐ concession salariale (absence/baisse) dans les premiers moments d'existence de l'entreprise
3. ☐ santé physique/mentale (stress, fatigue...)
4. ☐ vie familiale
5. ☐ vie sociale
6. ☐ biens personnels, lesquels: _____
7. ☐ autre, spécifiez: _____

9. ☐ ne s'applique pas à votre cas.

4.4 Quel est votre degré de satisfaction par rapport à l'assistance des organismes publics, des institutions financières, des organismes privés d'aide à la création d'entreprises (utilisez l'échelle ci-dessous pour répondre à la question)

1. très satisfaisant
2. assez satisfaisant
3. satisfait
4. peu satisfait
5. pas satisfait
9. ne s'applique pas à votre situation

<div>DEGRE DE SATIS- FACTION</div> <div>ORGANISMES</div>	1. Très satis- fait	2. Assez satis- fait	3. Satis- fait	4. Peu satis- fait	5. Pas satis- fait

4.5 Quelles améliorations ces organismes devraient-ils apporter à leur assistance:

<div>AMELIORATIONS</div> <div>ORGANISMES</div>	

- 4.6 Quels conseils donneriez-vous à des personnes qui voudraient se lancer en affaires?

- 4.7 Selon vous, comment peut-on favoriser (augmenter le nombre des entrepreneurs) la création d'entreprises en Côte d'Ivoire?

- 4.8 Si vous aviez à recommencer (la création de votre entreprise), feriez-vous la même chose, de la même façon (choix du type d'entreprise, choix de la période de création, choix entrepreneur/employé, etc..), au même moment?

5. LES RESEAUX DE L'ENTREPRENEUR

- 5.1 Combien de personnes avez-vous consulté avant la prise de décision de créer votre entreprise: _____
- 5.2 Combien de personnes avez-vous consulté lors de la création de votre entreprise: _____
- 5.3 Identifiez les principales personnes qui ont été impliquées directement/indirectement dans votre projet d'entreprise et quelle est la nature des relations que vous entreteniez avec chacune de ces personnes?

<div> <div>Nature des relations entretenues</div> <div>Personnes impliquées dans le projet</div> </div>	Relations sociales (amis, groupes sociaux)	Famille (enfants, parents, époux(se))	De travail (collègues, supérieurs, subalternes)	D'affaires	Autre, spécifiez

5.4 Durant la période de préparation de votre projet d'entreprise, à quelle fréquence avez-vous entretenu et développé des contacts?

1. Nombre de fois/mois: _____

2. Nombre de fois/semaine: _____

3. Nombre de fois/quinzaine: _____

5.5 Quelle a été l'importance des rôles respectifs de ces membres dans la préparation et la réalisation du projet (utilisez l'échelle ci-dessous):

ROLES Identifica- tion du réseau	Acquisition de ressour- ces financiè- res	Acquisition ressources physiques	Acquisition ressources humaines	Identifi- cation analyse d'oppor- tunités	Organi- sation des ac- tivités de créa- tion (démар- rage)
Membre 1					
Membre 2					
Membre 3					
Membre 4					
Membre 5					
Membre 6					
Membre 7					

Pas du tout significative	Peu significative	Significative	Assez signi- ficative	Très signi- ficative
1	2	3	4	5

ANNEXE 2

Définition des concepts et des variables

Avant de procéder à toute recherche, il est nécessaire de définir les concepts et les variables entourant l'objet d'étude. Cette étape de la recherche a pour but de préciser la signification des principaux termes à utiliser. Si nous faisons l'hypothèse qu'un mot ne prend sens que par l'ensemble des relations qu'il entretient avec un contexte particulier, il est plus que nécessaire de le définir pour lever toute équivoque.

Tableau 3.1

Caractéristiques des cinq grands secteurs

	Mode de gestion	% d'inscription au registre du commerce	Statut des entreprises	Impôts	% des salariés dans la main-d'oeuvre	% d'apprentis	Indicateurs modernité
Grandes entreprises	Plan comptable normal	100%	S.A.R.L. Sociétés anonymes autres soc.	Impôts sur les bénéfices réels (BIC) sur les salaires	Près de 100%	0,2%	Cpte bancaire Téléphone Boîte poste
P.M.E. modernes	Plan comptable normal simplifié	100%	80% SARL ou sociétés anonymes 20% entreprises personnelles	Impôts sur les bénéfices réels sur les salaires	Près de 100%	Moins de 1%	Cpte bancaire Téléphone Boîte postale

Tableau 3.1 (suite)

	Mode de gestion	% d'inscription au registre du commerce	Statut des entreprises	Impôts	% de salariés dans la main-d'oeuvre	% d'apprentis	Indicateur modernité
Secteur de transition (autres P.M.E.)	Formes diverses de comptabilité	33%	80% entreprises personnelles	Imposition ou forfait Patente	Environ 80%	Environ 20%	Cpte bancaire Téléphone Boîte postale
Petites activités (informel localisé y compris artisanat)	Pas de comptabilité	0%	Entreprises individuelles	Pas d'impôt	Pas de salarié	75% (25% main-d'oeuvre familiale)	Pas de cpte bancaire 50% ont une boîte postale
Informel non localisé	Pas de comptabilité	Sans objet	Sans objet	Pas d'impôt	0%	0%	0

3.2 Définition des secteurs structuré, informel et de transition

1. Le secteur non structuré

Appelé ainsi par opposition, ce secteur (qui a été aussi longtemps qualifié improprement de traditionnel car il regroupe des activités très "modernes" telles que les garages) recouvre en fait une très large gamme d'activité. Défini en fonction des informations dont on dispose, on peut dire que font partie de ce secteur, toutes les activités industrielles commerciales et de services qui ne sont pas saisies dans les cadres classiques de la statistique et de la comptabilité nationale, autrement que par sondage, recoupement d'enquêtes diverses et études comparatives.

Le secteur non-structuré représente donc un phénomène difficilement quantifiable à cause de l'hétérogénéité des activités qu'il comporte et des difficultés de suivi statistique.

On peut toutefois distinguer deux grandes catégories d'entreprises : à la base, le secteur informel et au-dessus, situé en quelque sorte à la frontière de la P.M.E., le secteur ou l'artisanat de transition.

2. Le secteur informel

Appelé aussi souvent secteur de subsistance il est composé de petites activités sédentaires (ayant un local) ou itinérantes (activités de rue et de marché qui ne s'exercent pas dans un local fixe qui se définissent par les principaux comportements socio-économiques suivants:

- absence d'accumulation capitaliste: l'artisan réalise l'investissement minimum qui lui permettra de prendre position sur le marché lors de la création de l'activité. Les dépenses en capital faites ultérieurement seront le plus souvent destinées à conserver en état, le matériel sommaire installé et non pour acheter de nouveaux équipements. Le surplus qui est dégagé dans le secteur de subsistance n'est donc pas injecté dans la sphère de la production: il permet plutôt aux actifs de ce secteur de "subsister" en trouvant dans leur propre sphère de production les moyens de leur entretien personnel et familial. Le bénéfice dégagé permet à l'artisan de survivre mais ne permet pas à l'entreprise de grandir car pas de nouveaux investissements.

- l'apprentissage: clé de voûte du fonctionnement du secteur de subsistance, la totalité des individus installés à leur compte (menuisiers, mécaniciens, tailleurs...) a suivi un apprentissage dans l'activité exercée. Mais l'apprentissage tel qu'il est pratiqué n'est défini par aucune norme. Sa pédagogie est fondée sur l'observation et l'imitation: l'apprenti s'initie aux habitudes et aux réflexes professionnels par le travail concret plus qu'il n'est fait appel à la technique et à la méthode du métier. En fait l'essentiel de la main-d'oeuvre est constitué par la main-d'oeuvre familiale et les apprentis, beaucoup plus rarement par un ou deux salariés.

- inexistence de toute forme de comptabilité: le petit patron est capable de réaliser les entrées et sorties liées à la production sur une période brève (de l'ordre de quelques jours). Mais, au-delà de cet horizon quotidien, il n'est plus à même de restituer la nature et la mesure des différents flux.

Disposant de moyens de production très limités et très rudimentaires, l'entreprise repose sur le travail du patron ou de l'artisan dont le niveau d'instruction est peu élevé (grande proportion d'analphabètes) et de qualification faible bien que dans certaines activités, il existe un véritable savoir-faire (exemple des artisans d'art).

A partir de 1978-1980, tandis que les entreprises modernes débauchaient, ces petites activités augmentent régulièrement absorbant une partie de plus en plus grande de la population active des villes. Cette situation risque de durer tant que la crise persistera et que le pouvoir d'achat des salariés du secteur moderne et de l'administration n'augmentera pas; elle traduit bien le rôle régulateur de ces activités au niveau de l'emploi même si les revenus restent au niveau de la seule subsistance.

Mais c'est un secteur d'activité très mal suivi statistiquement. Des travaux menés actuellement par les services du ministère de l'Industrie sur les patentes municipales (en 1983-1984 sur Abidjan, puis à partir de 1985 sur Abidjan et les villes de l'intérieur devraient

néanmoins permettre de mieux appréhender le phénomène et mieux connaître son évolution (comparaison avec le recensement de 1976 et les enquêtes ONFP).

3. Le secteur de transition

Si les caractéristiques décrites ci-dessus sont réelles aux deux extrémités de la gamme des entreprises APME, elles s'estompent singulièrement à la frontière des deux groupes.

On doit alors parler de secteur ou d'artisanat de transition au sein duquel peuvent et doivent émerger des entreprises modernes en raison du niveau de qualification du chef d'entreprise et des potentialités d'accumulation du capital qu'elles recèlent.

En effet, si ces entreprises, ayant de 1 à 15 salariées, n'ont pas tous les caractères de modernité (gestion et comptabilité en particulier), elles sont potentiellement modernisables et intégrables au secteur moderne pour autant qu'on puisse les aider à y accéder. Ces entreprises arrivent à dégager certains bénéfices qui, contrairement à ceux du secteur informel où ils sont affectés à la consommation domestique, sont utilisés à l'achat de nouveaux moyens de production ou à augmenter la main-d'oeuvre employée.

Mais, catégorie en évolution, elle s'avère difficile à appréhender statistiquement et à isoler au sein du secteur informel présenté ci-dessus. Les travaux (réalisés notamment sur la base du

fichier des patentes permettent d'estimer leur nombre à environ 10,500 pour un effectif employé probablement supérieur à 100,000. Plus de 60% de ces entreprises appartiennent à des nationaux, ce qui en fait une cible majeure de la politique de promotion. (1)

3.3 Définition d'autres concepts et variables

1. Côte d'Ivoire:

C'est un pays d'Afrique de l'Ouest, d'expression française, classé parmi les pays en voie de développement par l'O.N.U. Il s'étend sur 322.463 km² et compte environ dix millions d'habitants.

2. Les barrières à la création de P.M.E.:

Ce sont l'ensemble des problèmes (financiers, physiques, informationnels, en ressources humaines ...) auxquels sont confrontés les entreprises avant et pendant la mise sur pied de leur entreprise. Cette période comprend aussi les premiers moments de démarrage de l'entreprise.

(1) Référence: Politique de promotion de l'artisanat et de la petite et moyenne entreprise. Ministère de l'Industrie et de la Côte d'Ivoire (Août 1985).

3. Le démarrage:

Nous entendons par ce terme, la période durant laquelle, passées l'installation et la mise en route, l'entreprise commence à fonctionner de manière opérationnelle et le chef d'entreprise se trouve confronté à l'appropriation d'une part du marché.

4. Les réseaux d'affaires:

Ce sont l'ensemble des relations tissées par l'entrepreneur potentiel ou établi (avec des amis, des parents, des collègues, des connaissances ou d'autres personnes...) dans son vécu quotidien, susceptibles de l'aider à obtenir les ressources nécessaires, pour la création de son entreprise.

5. Contraintes administratives:

Ce sont les difficultés d'ordre administratif auxquelles ont dû faire face les entrepreneurs lors de la réalisation de leur projet (durée moyenne pour remplir toutes les formalités requises, réunir tous les documents nécessaires pour une demande de création d'entreprises, durée relative à la décision finale d'accorder ou non un permis d'exploitation par les ministères de tutelle, durée relative à la demande et à l'obtention d'une subvention...).

6. Efficacité du personnel national de promotion de la P.M.E.

Il s'agit ici de prendre en considération l'apport de ce personnel auprès des entrepreneurs, à travers leur formation académique et professionnelle, de même que leurs expériences professionnelles.

Les connaissances pratiques et théoriques de ce personnel, devront constituer essentiellement la base du support technique et administratif mis à la disposition du créateur d'entreprises. Cette variable peut être mesurée par l'apport technique (relatif à la production du bien/service à offrir) et par l'apport administratif (étude de marché, de faisabilité, mise en marché, plan d'affaires, les outils de base en gestion d'une entreprise, le financement) perçus par l'entrepreneur.

7. Attitudes des institutions financières (banques à l'égard des P.M.E.

Ce sont l'ensemble des jugements et des tendances qui poussent les banques à adopter un comportement plutôt qu'un autre à l'égard des P.M.E. Même si le comportement n'est pas toujours le fidèle reflet de l'attitude, nous envisageons de mesurer cette attitude par: les difficultés rencontrées dans l'acquisition des prêts (garantie, apport personnel...), les conditions de remboursement (taux d'intérêts élevés, échéances, traites...) et par l'impression générale de l'entrepreneur sur le degré de "sensibilité" des banques par rapport aux problèmes de celui-ci (appréciation globale).

Par ailleurs, Richard et Arocēna (1983) accordent, en termes de problèmes de financement, la primauté aux difficultés relatives à l'insertion de l'entrepreneur dans le réseau bancaire (les expériences de réussite et la viabilité d'un projet ne constituent pas une garantie suffisante). Notre étude, nous fournira l'opportunité de vérifier cette assertion auprès des entrepreneurs.

8. Disponibilité du capital:

Il s'agit ici de la disponibilité de l'épargne et/ou de l'apport privé de l'entrepreneur pouvant contribuer à la réalisation de son projet d'entreprise (apport physique: en argent ou en bien). Ce capital est mesurable par des locaux ou des machines lui appartenant et pouvant faciliter le démarrage de son entreprise.

9. Disponibilité de l'information relative aux dispositions face aux P.M.E.:

Il s'agit des informations pratiques et pertinentes, conçues et développées par les institutions financières (surtout les banques) et les différentes instances du ministère de l'Industrie, dans le but de promouvoir la création de P.M.E.

Ces informations devraient permettre à l'entrepreneur d'opérer des choix judicieux quant aux précautions à prendre, aux formalités à remplir, aux facilités disponibles pour la création de P.M.E. Il s'agit essentiellement d'informations d'ordre

technique et administratif et aussi d'ordre général nécessaires à la création d'une P.M.E., étant entendu que ces informations sont relatives à différents facteurs contingents (secteur, industrie, technologie utilisée, etc.)

Ces informations peuvent se traduire dans la réalité par la disponibilité de l'information sur les conditions spécifiques de prêts et de remboursements, les conditions d'obtention de subventions, les différentes formes de participation gouvernementale (assistance technique, étude de marché, localisation industrielle, étude de faisabilité, aménagements, conditions d'accessibilité à des avantages fiscaux, évolution dans les tendances des marchés).

10. Fiscalité et programmes gouvernementaux:

Il s'agit ici de considérer toutes mesures gouvernementales (monétaires ou fiscales) perçues par l'entrepreneur comme ayant constitué un obstacle ou un encouragement à l'action de créer son entreprise.

Nous pourrions mesurer cet état de choses en examinant l'effet perçu des mesures fiscales et monétaires par l'entrepreneur, lors de l'acquisition de ressources (locaux, machineries, programmes d'embauche de diplômés au chômage, modernisation des installations de production, investissement en recherche et développement) ou alors des créations de P.M.E. dans des secteurs spécifiques.

Cet apport gouvernemental peut être aussi analysé à partir de la perception de l'entrepreneur du rôle joué par le gouvernement auprès des banques pour encourager la création de P.M.E.

11. Disponibilité d'une main-d'oeuvre qualifiée, d'infrastructures nécessaires pour la création de P.M.E.

Il s'agit de considérer le bassin de main-d'oeuvre qualifiée en général (une main-d'oeuvre qui est représentative par rapport à l'ensemble des qualifications disponibles) et en particulier par rapport aux différents domaines ou secteurs où évoluent les entreprises à visiter ou à créer.

Les variables ci-dessus peuvent être observées en prenant en considération les difficultés pour l'entrepreneur de trouver dans sa région de la main-d'oeuvre spécialisée dans la gestion et/ou dans la production de biens ou de services qu'il offre sur le marché.

Nous pourrions aussi utiliser les problèmes associés à l'obtention de matières premières, à la distribution des produits offerts, à l'acquisition de locaux, de machineries, d'espaces (étant entendu que toutes ces ressources devront être disponibles dans un rayon de distance supportable par l'entrepreneur, le prix de ces ressources doit être abordable).

12. La formation de l'entrepreneur potentiel et sa préparation à la fonction de chef d'entreprise

Il s'agit ici du "bagage" de l'entrepreneur, constitué essentiellement des connaissances théoriques et/ou pratiques acquises lors des périodes de scolarité précédant la mise en opération de l'entreprise (c'est-à-dire formation générale, technique, professionnelle ou autre).

La formation de l'entrepreneur peut se mesurer par: le nombre d'années de scolarité, domaine de formation, stages ou cours d'appoint suivis en entreprises ou en institutions scolaires (techniques, administratifs ou professionnels).

La préparation de l'entrepreneur à sa future fonction se recoupe dans une certaine mesure avec sa formation même si la préparation demeure de loin le fait de la réalité et du quotidien.

En effet, il faut observer un entrepreneur en train d'organiser les activités quotidiennes de son entreprise pour pouvoir se prononcer sur sa préparation. Mais malgré tout, nous pourrions mesurer cette préparation par: les sacrifices consentis lors de la conception et de la création de l'entreprise, de même que lors des premiers moments d'existence de l'entreprise (c'est-à-dire salaire de l'entrepreneur, coûts des installations personnelles "bureaux et autres commodités", l'importance accordée aux intérêts personnels par rapport aux intérêts de l'entreprise), les expériences personnelles et professionnelles.

13. Facteurs socio-démographiques:

Parmi ces facteurs, nous pouvons retenir les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur (par exemple: sexe, âge, nombre d'années de scolarité complétées, diplôme (s) obtenu (s), domaine de spécialisation), ses expériences sur le marché du travail, son contexte familial (par exemple: occupation de ses parents, leur intérêt par rapport aux affaires, état matrimonial, nombre d'enfants), sa décision de créer une entreprise (par exemple: les différents motifs sous-jacents à cette décision, le rôle joué par des parents, amis et connaissances dans cette décision, autres circonstances entourant la prise de cette décision), son projet d'entreprise (c'est-à-dire de l'idée au faire, le processus de création de l'entreprise). Ce dernier élément passe par l'identification ou la génération d'opportunités, la recherche et l'organisation des ressources et la réalisation proprement dite du projet d'entreprise.

ANNEXE 3

Indicateurs de variables

Indicateurs de variables

Eléments de mesure Variables à observer	Indicateurs de variables	Informations nécessaires pour l'observation de ces variables	Instruments de mesure de ces indicateurs
Contraintes administratives	<ul style="list-style-type: none"> - durée moyenne pour remplir toutes les formalités requises de démarrage. - durée moyenne de la prise de décision concernant l'accord ou le refus d'un permis d'exploitation. - durée moyenne relative à l'obtention d'une "assistance" (c'est-à-dire subvention, technique, administrative...) 	<ul style="list-style-type: none"> - informations relatives aux barrières générées par des mécanismes d'ordre administratif. 	Questionnaire
Efficacité du personnel national et promotion de la P.M.E.	<ul style="list-style-type: none"> - degré de satisfaction des entrepreneurs par rapport aux agents d'aide à la création (apport technique et/ou administratif) 	<ul style="list-style-type: none"> - informations sur la perception des limites des interventions des agents d'aide à la création, par les entrepreneurs. Cette perception devra se traduire par des besoins de formation de ce personnel) 	Questionnaire

Indicateurs de variables (suite)

Eléments de mesure Variables à observer	Indicateurs de variables	Informations nécessaires pour l'observation de ces variables	Instruments de mesure de ces indicateurs
Attitudes des banques à l'égard des P.M.E.	<ul style="list-style-type: none"> - difficultés rencontrées dans l'acquisition des prêts (par exemple: garantie, apport personnel, conditions de remboursement, taux d'intérêts...) - impression générale de l'entrepreneur sur le degré "sensibilité", des banques. 	<ul style="list-style-type: none"> - informations sur l'implication des banques dans les activités de création, auprès des P.M.E. ou des individus. (ex.: recherche de moyens adéquats de création, etc...) 	Questionnaire
Disponibilité du capital	<ul style="list-style-type: none"> - moyens financiers personnels de l'entrepreneur (épargne personnelle) - moyens financiers acquis par l'entrepreneur à la suite de dons, d'emprunts auprès de parents, amis et connaissances - moyens "physiques" de l'entrepreneur (locaux, machineries, autres) - revenus personnels 	<ul style="list-style-type: none"> - informations sur la participation personnelle de l'entrepreneur, sur sa capacité à réunir les moyens initiaux pour la réalisation du projet 	Questionnaire

Indicateurs de variables (suite)

Eléments de mesure Variables à observer	Indicateurs de variables	Informations nécessaires pour l'observation de ces variables	Instruments de mesure de ces instruments
Disponibilité de l'information relative aux dispositions face aux P.M.E.	<ul style="list-style-type: none"> - informations sur: les précautions à prendre pour créer - les formalités à remplir - les facilités disponibles (assistance technique et financière, étude de mar- ché, localisation indus- trielle, étude de fais- abilité, aménagements, avan- tages fiscaux, évolutions des marchés 	<ul style="list-style-type: none"> - informations sur les moyens mis en oeuvre (par les institutions financières, le minis- tère de l'Industrie, fournisseurs, clients...) pour orienter les entre- preneurs dans leur re- cherche de moyens pour la création de leurs entreprises 	Questionnaire
Fiscalité et programmes gouvernementaux	<ul style="list-style-type: none"> - subvention pour l'acqui- sition de ressources (financières, physiques, humaines) - avantages/inconvénients "fiscaux" - programme d'aide à l'em- bauche d'employés - intervention auprès des banques - attribution de contrats de sous-traitance - assistance technique/ administrative 	<ul style="list-style-type: none"> - identification de mesures (monétaires et/ou fisca- les) gouvernementales re- latives à la création de P.M.E. 	Questionnaire

Indicateurs de variables (suite)

Eléments de mesure Variables à observer	Indicateurs de variables	Informations nécessaires pour l'observation de ces variables	Instruments de mesure de ces indicateurs
Disponibilité d'une main-d'oeuvre qualifiée, d'infrastructures nécessaires pour la création de P.M.E.	<ul style="list-style-type: none"> - ampleur de la main-d'oeuvre qualifiée dans la gestion et/ou la production de biens que l'entrepreneur compte offrir sur le marché - disponibilité de la matière première - infrastructures relatives à la distribution physique des produits (moyens de transport, aire de transport, intermédiaires, lieu de stockage) - accessibilité au niveau des prix et disponibilité de locaux, espaces, machineries 	<ul style="list-style-type: none"> - bassin de la main-d'oeuvre qualifiée - nombre d'institutions de formation - nombre moyen de finissants/an (technique et professionnel) - production locale ou non de la matière première et autosuffisance (oui/non) - moyens de transports usuels et réseaux routiers, aériens, maritimes et ferroviaires - conditions d'acquisition de locaux, de terrains et de machineries 	Questionnaire

Indicateurs de variables (suite)

Eléments de mesure Variables à observer	Indicateurs de variables	Informations nécessaires pour l'observation de ces variables	Instruments de mesure ces indicateurs
Formation de l'entrepreneur potentiel et sa préparation à la fonction de chef d'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> - nombre d'années de scolarité - domaine de formation - stages ou cours d'appoint - salaire de l'entrepre- neur dans les premiers moments d'existence de l'entreprise - coûts d'installations personnelles (bureaux) - expériences personnelles et professionnelles - mise de fonds et partici- pation personnelle (ris- ques: maison, carrière, énergie...) 	<ul style="list-style-type: none"> - cheminement scolaire - expériences de travail - importance accordée aux intérêts personnels par rapport aux intérêts de l'entreprise 	Questionnaire

Indicateurs de variables (suite)

Eléments de mesure Variables à observer	Indicateurs de variables	Informations nécessaires pour l'observation de ces variables	Instruments de mesure ces indicateurs
Réseaux d'affaires des entrepreneurs	<ul style="list-style-type: none"> - liens tissés par l'entrepreneur qui lui facilitent la création de son entreprise (fournisseurs et clients industriels, gouvernements, avec des parents, amis, connaissances, collègues et institutions) - difficultés rencontrées lors de la création de l'entreprise - nombre de contacts (physiques, téléphoniques) de l'entrepreneur avec les différents membres de son réseau sur une période de référence (fréquence) - nombre de "contacts" ou de personnes constituant le réseau (taille du réseau) 	<ul style="list-style-type: none"> - les étapes du processus de création - les différentes personnes qui ont participé à la mise sur pied de l'entreprise - les actions réussies, menées par l'entrepreneur sans l'intervention d'une tierce personne (appartenant à son réseau) 	<ul style="list-style-type: none"> - Questionnaire - Estimation de la taille (cf. H. Aldrich, B. Rosen, W. Woodward, R. Burt, M.J. Minor) - Estimation des difficultés et identification du réseau (cf. Richard et Arocena) - Estimation de l'accessibilité des ressources par la fréquence et/ou la taille des réseaux (cf. H. Aldrich, B. Rosen, W. Woodward, R. Burt, M.J. Minor) - Estimation de la fréquence moyenne de l'entretien des réseaux par l'entrepreneur (cf. H. Aldrich, B. Rosen, W. Woodward, R. Burt, M.J. Minor)

Indicateurs de variables (suite)

Eléments de mesure Variables à observer	Indicateurs de variables	Informations nécessaires pour l'observation de ces variables	Instruments de mesure de ces indicateurs
Facteurs socio- démographiques	- sexe, âge, nombre d'années de scolarité, diplôme (s) obtenu (s), domaine de spécialisa- tion, occupation des parents, leur intérêt par rapport aux affaires, les différents motifs sous-jacents à la déci- sion, de créer une entre- prise, rang familial	- information systématique sur ces indicateurs auprès des entrepreneurs	Questionnaire
Carte d'identité de l'entre- prise	- nom de l'entreprise, adresse, informateur - propriété, âge de l'entreprise, secteurs d'activité, sous- secteurs d'activité, forme légale	- informations qui permet- tent d'identifier une entreprise	

ANNEXE 4

Figure et tableaux sur les réseaux et la structure du capital

Ces figures et tableaux qui suivent sont extraits de "capital structure of growing small firms: a 12 - country on becoming bankable" écrit par Rein Peterson et Joel Shulman. p. 11

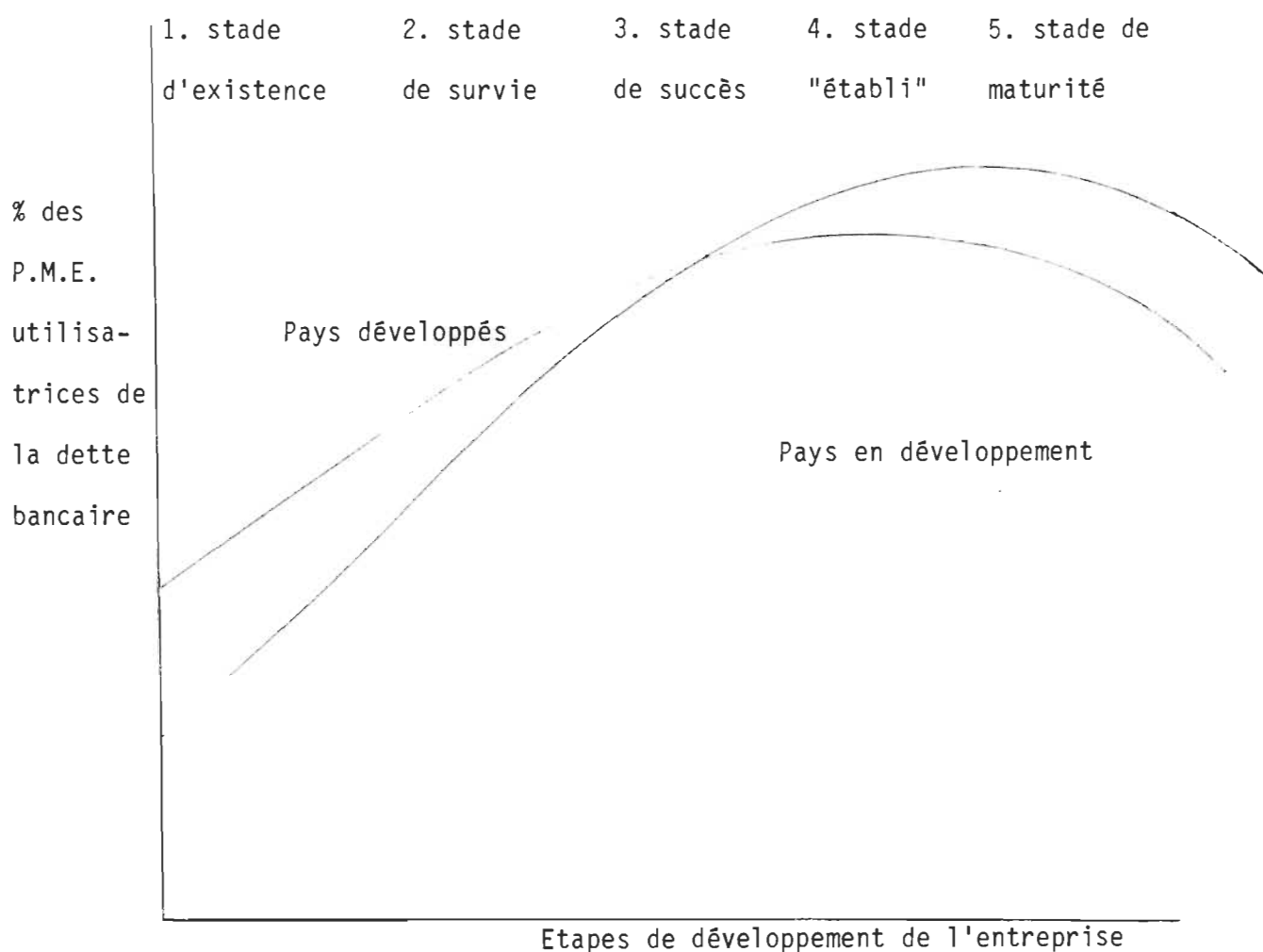


Figure 1. Structure du capital (p/r aux banques) des P.M.E. à chaque stade de développement.

Source: Rein Peterson et Joel Shulman "Capital structure of growing small firms: a 12 - country on becoming bankable", p. 11

Tableau 1
Recevez-vous une aide financière quelconque de vos parents
ou amis, lors de l'achat ou de la création
d'une entreprise?

PAYS	NON	OUI	TOTAL
Allemagne de l'Ouest	87	13	100
Hollande	80	20	100
Canada	76	24	100
Etats-Unis	76	24	100
Royaume-Uni	75	25	100
Brésil	73	27	100
Kenya	73	27	100
Espagne	71	29	100
Japon	69	31	100
Indonésie	65	35	100
Cameroun	63	37	100
Colombie	62	38	100
Total	72	28	100
Pays développés	77	23	100
Pays en développement	67	37	100

Source: Rein Peterson et Joel Shulman: Capital structure of growing small firms: a 12 - country study on becoming bankable, p. 14

Tableau 2
Le support financier des parents/amis est-il
essentiel au démarrage de l'entreprise? (%)

	OUI	NEUTRE	NON	TOTAL
Pays développés	19	27	54	100
Pays en développement	55	13	32	100

Tableau 3
L'aide des fournisseurs est-elle essentielle au
démarrage d'une firme ? (%)

PAYS	OUI	NEUTRE	NON	TOTAL
Brésil	93	1	6	100
Colombie	93	4	3	100
Espagne	92	3	5	100
Royaume-Uni	92	2	6	100
Kenya	91	2	7	100
Allemagne de l'Ouest	88	6	6	100
Canada	84	6	10	100
Indonésie	83	8	9	100
Cameroun	81	5	14	100
Etats-Unis	80	6	14	100
Hollande	77	9	14	100
Japon	51	21	28	100

Source: Rein Peterson et Joel Shulman: capital structure of growing small firms: a 12-country study on becoming bankable, p. 15-16

ANNEXE 5

Quelques solutions pour favoriser la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire

Quelques solutions pour favoriser la création de P.M.E. en Côte d'Ivoire

ELEMENTS

- Encouragement de financiers étrangers et de banques internationales à venir créer des entreprises en collaboration avec des nationaux
 - Attribution judicieuse et juste des marchés publics aux P.M.E.
 - Réduction de la bureaucratie relative aux démarches à suivre pour créer une P.M.E.
 - Valorisation de la fonction sociale et économique de l'entrepreneur.
 - Réduction des charges fiscales des P.M.E.
 - Encouragement des promoteurs de P.M.E.
 - Amélioration de l'image des P.M.E. auprès des banques.
 - Préparation des futurs entrepreneurs aux difficultés qui les attendent
 - Incitation des banques et les institutions financières à venir en aide aux P.M.E. (recherche de sources de financement)
 - Sensibilisation des promoteurs de P.M.E. sur la maîtrise des outils de gestion
 - Aide gouvernementale au niveau du financement et de la formation des créateurs
 - Suivi auprès des P.M.E. naissantes
-

BIBLIOGRAPHIE

Abdelali, E. E., "Rôle de la petite et moyenne entreprise dans le développement et la création de l'emploi: le cas de l'Afrique" dans Revue P.M.O., vol. 3, no. 1, 1987

Aldrich, H., Rosen, B. & Woodward, W. "The impact of social networks on business founding and profit: a longitudinal study" Churchill, N.C., Hornaday, J.A., Kuchkoff, B.A., Krasner, O.J. & Vesper, K. H (eds) Wellesley, Mass: Babson College, Center for Venture studies, 1987, p. 156-168

Aluko, S.A. "Industry in the rural setting", Rural development in Nigeria (Lagos, US AID, ministère du Commerce, 1962, Hibadan University Press, 1973, p. 5-32

Analyse "ex-post" de la promotion des P.M.E. et de l'artisanat en Côte d'Ivoire, ministère de l'Industrie, Côte d'Ivoire, 1984, p. 13-99

Baldwin, W. "The Thai Rice Trade as a vertical Market Network", Economic Development and Cultural change, Janvier 1979

Belley, A., "Opportunités d'affaires: objet négligé de la recherche sur la création d'entreprises"; dans la revue P.M.O., vol. 4, no. 1, 1989, p. 24-33

Belley, A., Dussault, L., & Lorrain, J. "Le plan d'établissement prototype: analyse critique du contenu de plans d'affaires", document de travail, décembre 1989, p. 4-5

Bengt, J. "Swedish Evidence for the potential of local entrepreneurship in regional development", European small business journal, vol. 1-2, 1983 pp. 11-24

Bergeron, P. G., "La gestion dynamique: concepts, méthodes et applications" Gaétan Morin éditeur, 1986, p. 15-17

Birley, S., "The role of networks in the entrepreneurial process". in J.A. Hornaday, E.B. Shils, J.A. Timmons et K. H. Vesper, Editors. Frontiers of entrepreneurship research. Wellesley, Mass.: Babson college. Center for Venture studies; 1985: p. 325-337

Boissevain, J. , "Friends of Friends", The Hague: Mouton. 1974, p. 29-30

Brockhaus, R.H. "Risk taking propensity of entrepreneurs". Academy of Management Journal, 23, 1980, p. 509-520

Brockhaus, R.H. "The psychology of the entrepreneur" Encyclopedia of entrepreneurship. NJ: Prentice-Hall, 1982, p. 39-57

Brockhaus, R.H. et Nord, W.R. "An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: Personal characteristics vs environmental conditions" National Academy of Management, 1979

Broehl, W. G. Jr "Entrepreneurship in the less developed world"
Encyclopedia of Entrepreneurship. NJ: Prentice Hall, 1982, p. 257-271

Bruno, A.V. & Tyebjee, T.T. "The environment for
 entrepreneurship" Encyclopedia of Entrepreneurship NJ: Prentice Hall,
 1982, p. 288-307

Bureau international de travail (Genève) "Le développement des petites
 entreprises: politiques et programmes", 1981, p. 20-153

Burt, R.S. & Minor, M.J., "Applied network analysis: a methodological
 introduction", SAGE publications, 1986, p. 7-352

Carrière, J.B. "Un modèle du processus entrepreneurial", Notes de cours,
 Automne 1987, p. 4-5

Chell, E., "The entrepreneurial personality: A few ghosts laid
 to rest?" International journal of small business, 3,3, 1985

Derossi, F., "The Mexican Entrepreneur". Paris: OECD Development
 centre, 1972, p. 409-428

Ettinger, J.C., "Some Belgian Evidence on entrepreneurial
 Personality". European Small Business Journal, 1,2, p. 48-56

Gibb, A et Ritchie, J. "Understanding the process of starting small
 business" European Small Business Journal, 1, 1, 1982, p. 26-46

Gartner, W.B., "A conceptual Framework for Describing the phenomenon of new venture creation", Academy of Management Review, 1985, vol. 10, no. 4, p. 696-706

Gasse, Y., "Attitudes des propriétaires-dirigeants et caractéristiques organisationnelles de la petite et moyenne entreprise de cablodistribution au Québec," document de travail 78.06, Faculté des sciences de l'administration, Université Laval, 1978

Gilad, B. & Levine P. "A behavioral model of entrepreneurial supply" Journal of small business Management, octobre 1986, vol. 24, no. 4, p. 45-53

Granovetter, N., "The Strength of weak ties", The American journal of Sociology, Vol. 78, 1973, pp. 1360-1380

Herzberg, F., Mauser, B. & Snyderman, B.B., "The motivation to work", New York (New York): John Wiley, 1959

Hirschman, A.O., "The strategy of economic development", Yale University Press, 1958, p. 35

Hisrich, R. D. & Michael P. P., Entrepreneurship: Starting, developing and managing a new enterprise, 1989, Ed. Irwin, p. 60-61

Hornaday, J. & Aboud, J., "Characteristics of successful entrepreneurs" Personnel psychology, vol. 24, no. 2, 1971, p. 141-152

Johannisson, B., "Toward a theory of local, entrepreneurship" in "The spirit of Entrepreneurship", Robert G. Wyckhan, Lindsay N. Meredith et Gervase R. Bushe (eds), 1987, p. 1-15

Johannisson, B. & Peterson, R., "The personal networks of Entrepreneurs" in "Managing Small Business in the 80'S" The third Canadian conference international council for small business Canada, May 23, 25, 1984, p. 113-119

Johannisson, B., "Network, strategies: Management technology for Entrepreneurship and change" dans International small Business Journal, Automne, 1986, Volume 5, no. 1, p. 19-30

Julien, P.A., Morel, Bernard, "La belle entreprise" la revanche des P.M.E. en France et au Québec. Ed. Boréal, 1986, p. 10-210

Julien, P.A., "Entrepreneurship, Entrepreneur et théorie économique", Le GREPME - U.Q.T.R., 1986, p. 5-20

Kilby, P. "The development of small industry in Eastern Nigeria Lagos", US AID, ministère du Commerce, 1962

Kirzner I. et All, "The Prime Mover of Progress: the Entrepreneur in Capitalism and Socialism", London: The Institute of Economic affairs, 1980

Knoke, D. & Kuklinski, J. H. "Network Analysis" Sage publications 1982, p. 7-95

Kouadio, K.D. "La création d'entreprises privées par les nationaux en Côte d'Ivoire depuis 1960". Ed. CEDA ABIDJAN, 1982

Laboratoire "Connaissance du Tiers-Monde" (P. Hugon, C. de Miras, S.S. Berry) Entreprises et Entrepreneurs en Afrique (1983), 19e et 20e siècles. L'Harmattan, Racines du présent, Tomes 1 et 2

Leibenstein, H., "Entrepreneurship and Development", American Review, vol. 58, May 1968, p. 72-83

Leff, N.H. "Industrial organization and entrepreneurship in the developing countries: The economic groups" Economic Development and cultural change, 1978, p. 661-675

Liles, P.R., "Who are the Entrepreneurs?" MSU Business Topics, vol. 24 no. 1, 1974, p. 10-20

Lorrain, J. & Raymond L, "Les nouvelles entreprises québécoises, 1988," Gouvernement du Québec - Ministère de l'Industrie, du commerce et de la technologie, 1988, p. 3-53

McClelland, D. "The Achieving Society", Princeton, N.J.: Van Nostrand 1961, p. 7-226

McClelland D. "Achievement motivation can be developed" Harvard Business Review, vol. 43, 6, p. 178, 1965

Malcolm, H. , "Small business in the third world: guidelines for practical assistance", John Wiley and Sons ed., 1985, p. 1-205

Maslow, A.H., "A theory of human motivation", in psychological review vol. 50, 1943, pp. 370-396

Mill, J.S. "Principles of political economy with some of their applications to social philosophy". London: J.W. Parker, 1948

Ministère de l'Industrie (Côte d'Ivoire) "Politique de promotion de l'artisanat et de la P.M.E.", Août 1985, p. 1-60

Ministère de l'Industrie (Côte d'Ivoire), Etablissements artisanaux et petits commerces à Abidjan, Janvier 1985, p. 4-36

Monckeh, F., Les problèmes de création d'entreprises en Côte d'Ivoire. Fraternité matin du mardi 21 juillet 1987, 8-16

Neck, P.A. "Enquête sur la situation économique et sociale de l'Afrique", 1976, p. 1-33

O.C.D.E. "Promotion des P.M.E. dans les pays en voie de développement", Symposium inter-régional d'échange d'expériences, Paris, septembre 1967

Olson, P.D. "Entrepreneurship: process and Abilities" American Journal of Small Business, 1985, vol. 10, no. 1

Paquet, G. "Entrepreneurship et Université: le combat de Carnaval et Carême" Université d'Ottawa, 1985, Document de travail, p. 1-29

Paquet, G., "Entrepreneurship canadien français: mythes et réalités." Université d'Ottawa, 1986, p. 7-10, Document de travail 86-34

Perrien J., Chéron, E. J., Zins, M. "Recherche en marketing: méthodes et décisions" Gaëtan Morin, 1983, p. 20-450

Peterson, R. "P.M.E. pour une économie équilibrée", Ed. le cercle du livre de France, 1978, p. 100-230

Peterson, R. & Shulman, J., "Capital structure of growing small firms: A 12- country, study on becoming bankable" International small business journal, été 1987, vol. 5, no. 4

Pétrof, J. V. , "Entrepreneurial profile: a discriminant analysis" Journal of small business management, 18, 4, 1980, p. 13-17

Répertoire des industries et activités de Côte d'Ivoire, Ministère de l'Industrie (1986-1987)

Reynolds, L. "Economics: a general introduction", 4e édition, 1973, p. 521

Richard, P. & Arocéna, J. "La création d'entreprises: de l'idée au faire", (1983), L'année sociologique, p. 33-157

Ronstadt, R.C. "Entrepreneurship: text, cases and notes", Mass. Lord publishing, 1985

Ronstadt, R.C., "Initial Venture goals, age and the decision to start an Entrepreneurial career", in Proceedings of the 43 rd Annual Meeting of the Academy of Management (August 1983), p. 472

Ronstadt, R.C., "The Decision not to become an Entrepreneur", in Proceedings, 1983 conference on entrepreneurship (April 1983), pp. 192-212

Sauboin, M. "Le management des entreprises en Afrique: dimensions spécifiques de la formation des cadres et de la négociation" Gestion 2000, vol. 1 no. 4, 1985, p. 51-70

Schumpeter, J., "Capitalisme, socialisme et démocratie", traduit par Gael Fain Ed. Payot, Paris, 1961

Schumpeter, J., "Theory of Economic Development", Cambridge: Harvard University, 1934

Shapero, A., "Why Entrepreneurship? A worldwide perspective",
Journal of small business management, octobre 1985, vol. 23, no. 4

Shapero A. & Sokol L. "The social dimension of entrepreneurship" in:
Kent et al Encyclopedia of Entrepreneurship, 1982, p. 1-5

Shapero, A., "The displaced, uncomfortable entrepreneur"
Psychology Today, 1975

Sidney, M. G. & Strickon, A., "A new paradigm for the study
Entrepreneurship and Social Change", 1981 in Economic Development and
Cultural change, vol. 29, 1980-1981

Storey, D.J. "The problems facing new firms" Journal of Management
Studies, 22: 3, 1985, p. 329

Timmons, J. Smollen, L. E. Dingee, A.L. "New Venture creation", Homewood,
Illinois, 1986

Vesper, K., "The importance of entrepreneurship in Academic".
Proceedings of the 1981 conference on Entrepreneurship Education, Baylor
University, 1981, p. 10-13

Vroom, V.H., "Work and Motivation", New York (New York): John Wiley and
Sons, 1964

Weick, K., "Educational organisations as loosely coupled systems",
Administrative Science Quarterly, vol. 21, 1976, pp. 1-19

Winter, D.G. "The power motive", N.Y.: Free press, 1973